

Eric Worre

# **Acționează profesionist**

**7 pași pentru a deveni profesionistul  
vânzărilor în rețea**

„Cartea *Acționează Profesionalist* a lui Eric Worre a devenit biblia *de facto* a vânzărilor în rețea. Eric ia cei peste 25 de ani de experiență în domeniu și îi reduce la fragmente de cunoștințe, pe care le poți învăța și aplica. Dacă dorești să reușești, dacă iei în serios dorința de a deveni un profesionist în domeniul vânzărilor în rețea, această carte ar trebui să fie elementul central al bibliotecii tale!”

*Chris Widener, autorul cărții „Arta Influenței”*

„O lectură simplă și precisă pentru antreprenorii noi sau experimentați. O carte care ajută la creșterea calității comportamentelor și care are ca rezultat industria comercială a comunității noastre. *Acționează Profesionalist* este o necesitate!”

*Bruno Grilo, persoană ce câștigă un milion de dolari într-un an, Monavie*

„Am citit foarte multe cărți scrise în domeniul acestei profesii uimitoare, însă *Acționează Profesionalist* este una dintre cele mai bune. Eric validează puterea vânzării în rețea, și în plus oferă texte și limbaje practice pentru a vă ajuta să vă construiți afacerea. Această carte este la obiect și ușor de înțeles. Fie că lucrezi cu jumătate de normă, sau cu normă întreagă, aceasta este o carte care trebuie citită. Eric, îți mulțumim că ai creat un instrument simplu pentru a-i ajuta pe toți să reușească.”

*Kathy Coover, Deținătoarea societății Isagenix International*

„În cartea sa *Acționează Profesionist*, Eric a pus punctul pe *i*. Sincer, titlul spune totul. Dacă vrei să devii profesionist în domeniul vânzărilor în rețea, atunci această carte este o necesitate. Aceasta înseamnă că nu e negociabil. Dacă dorești să devii profesionist, trebuie să citești *Acționează Profesionist*. Cumpără această carte acum! Această carte este deja predestinată să devină o carte clasică a tuturor timpurilor pentru profesia noastră.”

*Todd Falcone, Speaker, Coach și Trainer în domeniul vânzărilor în rețea*

*Acționează Profesionist* ar trebui să fie o lectură necesară pentru toți cei noi din domeniul vânzărilor în rețea. Strategiile și textele pe care Eric Worre le detaliază în această carte sunt cât se poate de solide și dovedite. Indiferent în ce companie activezi, această carte îți va oferi cheia pentru dobândirea libertății financiare și a stilului de viață în domeniul vânzărilor în rețea.”

*Matt Morris, persoană ce câștigă un milion de dolari într-un an și*

*autorul cel mai bine vândut al cărții „Milionarul neangajat”*

„Titlurile capitolelor reprezintă un plan pentru succesul în domeniul vânzărilor în rețea. Eric este un profesor priceput. El se concentrează pe elementele centrale care funcționează și le redă într-o manieră simplă. Povestea sa despre „interviul pentru

planul de acțiune” vă poate propulsa venitul rezidual la următorul nivel. Aceasta este o lectură necesară pentru oricine dorește să devină profesionist în această afacere.”

*Kody Bateman, Fondatorul și Directorul General Executiv al*

*SendOutCards și autorul cărții „Planul de vânzare în rețea”<sup>®</sup>*

„Felicitări lui Eric Worre pentru cartea *Acționează Profesionist!* Eric este un Jim Rohn al zilelor noastre, cu cele mai bune competențe de comunicare pentru a ajuta oamenii să vadă că există o cale mai bună. Eric este singurul pe care îl recomand întregii mele organizații mondiale; le recomand tuturor să participe sau să achiziționeze tot ce oferă el. Cei șapte pași din *Acționează Profesionist* sunt cheia pentru a deveni un profesionist, și este o lectură necesară pentru oricine din echipa mea. Noi învățăm liderii să cumpere mai multe cărți pentru a-i învăța și pentru a-i instrui pe liderii lor să învețe cum să-și dezvolte competențele și cum să aducă mai multă valoare în propriile lor profesii. Îți mulțumim, Eric, pentru faptul că ai amintit tuturor că vânzarea în rețea este o profesie. Continuă tot așa cu vânzarea în rețea – această profesie are nevoie de show-urile tale, iar echipa mea îți mulțumește pentru acestea!”

*Jim Fobair, Legenda vânzării în rețea, Unicity Chairman’s Club, Triple Diamond*

„Cartea *Acționează Profesionist*, scrisă de Eric Worre, este cel mai bun mijloc pentru ca oamenii să înțeleagă cum să aibă succes în domeniul vânzărilor în rețea.

O folosim zilnic pentru a schimba viețile oamenilor. După ce am pus cartea pe lista de lecturi de bază, compania noastră a crescut dramatic.”

*Frank Bjordal, Director Amiral și Director General Executiv Eology*

„Timp de 20 de ani, nu a existat o carte mai relevantă și mai puternică despre cum să construiești un imperiu în domeniul vânzărilor în rețea / al vânzărilor directe, iar cartea lui Eric Worre, *Acționează Profesionalist*, a apărut după mult timp. Nimeni nu este mai calificat pentru a scrie această carte. Însuși Eric a construit câteva imperii enorme, dar mai important, a intervievat zeci de lideri de top din domeniul vânzărilor – interviuri detaliate, cercetând toate distincțiile-cheie care au dus la succesul lor de elită – toate înregistrate pe cameră video. *Acționează Profesionalist* este cartea supereminentă pentru stăpânirea profesiei noastre. Punct.”

*Richard B. Brooke, Autor al cărților Mach II, Arta Viziunii și Auto-motivării, și*

*Cariera de Patru Ani, Fondator BlissBusiness.com*

„Prima dată l-am întâlnit pe Eric Worre la un eveniment din domeniu, organizat în 2004, unde a fost speakerul principal. Am fost impresionat pe moment de experiența sa și de dorința de a-i oferi dovezi reale unui tip ca mine. A fost revigorant să ascult un trainer care chiar are experiență în industria de top. Mă întrebam de ce nu a publicat nici o carte până atunci. Am plecat de la eveniment inspirat de Eric și am decis să-i urmez sfaturile. În următoarea decadă am câștigat milioane datorită celor învățate la acel eveniment. Am fost încântat să obțin în

avans un exemplar al cărții *Acționează Profesionalist*. Este sfatul înțelept pe care îl așteptam de la Eric. Fiecare poveste din această carte este reală. Până acum, am citit cartea de câteva ori. Dacă ar exista o singură carte pe care să o puteți citi ca pe o hartă rutieră, pentru a avea succes în vânzarea în rețea, atunci *Cum să devii profesionist* ar putea cu ușurință să fie acea carte.”

*Ken Dunn, persoană ce câștigă un milion de dolari într-un an*

„Sunt în domeniul vânzărilor în rețea atât ca distribuitor, cât și ca persoană juridică timp de mulți ani, și recomand cartea *Acționează Profesionalist* a lui Eric Worre – *7 pași pentru a deveni un profesionist în domeniul vânzărilor în rețea* tuturor celor cu care lucrez, în ambele direcții în care activez. Cartea este pur și simplu unul dintre cele mai puternice instrumente pe care le puteți pune în mâinile cuiva care dorește să obțină rezultate în afacerea sa. Cartea conține toate informațiile de care oricine are nevoie pentru a deveni într-adevăr profesionist. Este ca și cum ai avea propriul trainer profesionist în buzunar, deoarece Eric dezvăluie tot ce a învățat și a aplicat în cei peste 20 de ani de experiență în această profesie. Eu personal păstrez mereu la îndemână exemplare ale acestei resurse uimitoare și le ofer cadou distribuitorilor de oriunde din lume atunci când vizitez mai multe țări. Fie că ești nou în profesie sau un veteran cu experiență, cartea lui Eric va avea ce să te învețe. *Acționează Profesionalist* va deveni una din acele povești pe care le vom auzi în anii următori despre modul în care această carte a schimbat atât de multe vieți.”

*Casey-Lea Edwards, V.P. b:hip Global*

„Cartea lui Eric este cea mai bună pe care am citit-o despre cum să îți construiești o afacere în domeniul vânzărilor în rețea, de când m-am alăturat profesiei, cu 23 de ani în urmă.”

*Todd Smith, persoană ce a câștigat 25 milioane de dolari \$*

„Oricine dorește să creeze un venit profesional în domeniul vânzării în rețea și a vânzărilor directe, merită să citească *Acționează Profesionalist*. Această profesie poate elibera oameni, cum nu reușește nici o altă profesie, iar cu aceste abilități pe care Eric le furnizează în această carte, nu o puteți rata.”

*Susan Sly, Autoarea cărții Speaker și cea care a realizat un venit format din 6 cifre*

„Cu douăzeci de ani în urmă, Eric Worre a luat decizia de a deveni un profesionist în domeniul vânzărilor în rețea. Din acel moment decisiv, totul s-a schimbat. Eric nu numai că a petrecut ani la rând studiind profesia de la oamenii de top din domeniul nostru, ci a și pus în practică ceea ce a învățat. Eric a intervievat oameni și a devenit prieten cu sute dintre cei mai buni din domeniul vânzărilor în rețea din lume. Cartea lui este simplă, concisă și se va dovedi a fi una dintre cele mai bune ghiduri practice de vânzare în rețea din toate timpurile. Îmi place *Acționează Profesionalist* și o recomand tuturor celor care doresc să devină profesioniști în domeniul vânzărilor în rețea.”

*Jordan Adler, milionar în domeniul vânzărilor în rețea și autorul cărții „Cum să faci bani stând pe plajă”*

„Există un set de competențe care trebuie stăpânite pentru a dobândi succesul pe care îl dorești, fie că este în vânzarea directă, prin afiliere sau vânzare în rețea. Cartea *Acționează Profesionist* a lui Eric Worre scurtează curba învățării în mod dramatic și este o lectură necesară pentru orice persoană serioasă care își dorește să aibă succes.”

*BK Boreyko, Proprietar și Director General Executiv al Vemma*

„Din punctul meu de vedere, *Acționează Profesionist* este cea mai bună carte pe care am citit-o vreodată despre cum să-ți construiești o afacere în domeniul vânzărilor în rețea. Este o colecție de fapte fără nonsensuri, fără teorii, dar care va ajuta începătorii să înțeleagă calea corectă pentru a începe și pentru a construi o afacere mare. De asemenea, cartea este un instrument grozav pentru profesioniștii din domeniul vânzărilor în rețea, deoarece s-a dovedit că metodele duplicitare asigură prosperitatea organizației dumneavoastră. Eric Worre a făcut ceea ce nimeni altcineva nu a reușit să facă – să scrie un manual pentru a construi o afacere în domeniul vânzărilor în rețea. Dacă dorești să obții rezultate profesionale în domeniul vânzărilor în rețea, citește cartea și asigură-te că întreaga ta organizație procedează astfel!”

*Mike Sims, multimilionar în dolari*



„Îl cunosc pe Eric Worre de câțiva ani, în calitate de membru de bază în domeniu, cu mulți ani înainte de a ne întâlni personal. Profunzimea cunoștințelor sale, modul de conștientizare a industriei noastre și cerințele pentru succesul participantului devin imediat vizibile pentru cititorul cărții *Acționează Profesionist*. Există câteva competențe simple necesare pentru a reuși în această profesie. Cunoștințele care trebuie să fie anterioare dezvoltării acestor abilități pot fi dobândite de către cititorul cărții *Acționează Profesionist*. Atunci când de-a lungul timpului cineva combină abilitățile prezentate în *Acționează Profesionist* cu atribute ale caracterului pozitiv care îi determină pe ceilalți să dorească să se asocieze cu noi, am progresat mult spre introducerea cheii în lacătul succesului, în această mare industrie a noastră. Doriți cu adevărat să reușiți? *Deveniți profesioniști!*”

*Randy Schroeder, milionar în dolari*

„În sfârșit! *Acționează Profesionist* este cartea pe care industria noastră o aștepta de atâta timp! Nu doar că validează legitimitatea și puterea profesiei în domeniul vânzărilor în rețea, dar oferă și cele mai noi direcții și instrucțiuni specifice individului, despre cum să devii într-adevăr bun în această afacere! Mie mi-a luat mulți, mulți ani să învăț ceea ce voi puteți învăța lecturând o dată cartea *Acționează Profesionist*!

*Tom Alkazin, multimilionar în dolari*

„Într-adevăr, Eric a îmbogățit orice vânzător în rețea cu acest ghid puternic, ușor de înțeles, cu privire la câteva dintre cele mai importante elemente de bază ale afacerii

noastre. Recrutarea poate fi într-adevăr atât de ușoară, din momentul în care înțelegem cum să procedăm corect și să practicăm pentru a o păstra simplă. Toți vânzătorii în rețea trebuie să citească această carte cel puțin o dată la trei luni.”

*Brian Carruthers, milionar în dolari*

„Cartea *Acționează Profesionalist* a lui Eric Worre, cu un titlu la înălțime – o carte captivantă care duce cititorul prin lumea devenirii unui adevărat profesionist în domeniul vânzării în rețea! Experiența reală de viață a lui Eric prinde viață, oferind o multitudine de perspective și un ghid practic pas cu pas care va reduce mulți ani din curba învățării. *Acționează Profesionalist* este o resursă fantastică atât pentru cei care doresc să devină vânzători în rețea, cât și pentru profesioniștii experimentați. Este o lectură necesară!”

*Joshua Denne, multimilionar în dolari*

# **Acționează profesionist**

**7 pași pentru a deveni profesionistul  
vânzărilor în rețea**

**Eric Worre**

Networking Marketing Pro<sup>™</sup>.

©2013 Eric Worre, Networking Marketing Pro™. Toate drepturile rezervate.

Nici o parte a acestei cărți nu poate fi reprodusă, scanată sau distribuită în nici un format listat, mecanic sau electronic (inclusiv înregistrarea sau fotocopierea) fără acordul scris, excepție făcând citatele scurte incluse în articole critice sau revizii. Am făcut tot posibilul pentru a ne asigura că informațiile cuprinse în această carte sunt complete și corecte. În orice caz, nici editorul și nici autorul nu oferă cititorilor sfaturi sau servicii profesionale separate. Autorul și editorul nu vor fi declarați responsabili pentru pierderi sau daune care se presupune că apar ca urmare a informațiilor sau sugestiilor din această carte.

Toate drepturile rezervate pentru traducerea în limbile străine.

ISBN 978-0-9886679-0-7

Pentru informații despre reduceri referitoare la cantitate, sau la personalizarea acestui titlu pentru compania dumneavoastră, vă rugăm să trimiteți un email editorului la [gopro@networkmarketingpro.com](mailto:gopro@networkmarketingpro.com)

Cererile pentru acorduri ar trebui adresate autorului la Network marketing Pro., Inc., 800 E, 1st Street, Suite 310, Wichita, KS 67202, 1-855-66GOPRO, sau prin email, [gopro@networkmarketingpro.com](mailto:gopro@networkmarketingpro.com).

Imprimată în Statele Unite ale Americii

*Această carte este dedicată  
distribuitorului din  
vânzarea în rețea. Îți mulțumim că ai  
curajul să îți urmezi visurile.*

# Cuprins

Despre Network Marketing Pro .....	16
(informații referitoare la comunitate și reduceri pentru cantități mari)	
CAPITOLUL 1: Vânzarea în rețea nu este perfectă...	
este doar MAI BUNĂ.....	24
CAPITOLUL 2: Dacă te vei implica în vânzarea în rețea, decide să fii profesionist.	
Decide să acționezi profesionist.....	42
CAPITOLUL 3: Ca orice profesie, va trebui să înveți anumite abilități .....	47
CAPITOLUL 4: Abilitatea # 1 – Cum să găsești prospekți.....	50
CAPITOLUL 5: Abilitatea # 2 – Invită-ți prospekții să înțeleagă produsul sau oportunitatea .....	56

CAPITOLUL 6:	Abilitatea #3 – Prezintă-le prospecților produsul sau oportunitatea .....	82
CAPITOLUL 7:	Abilitatea #4 – Monitorizarea procesului de dezvoltare a prospectului .....	90
CAPITOLUL 8:	Abilitatea #5 – Cum să-ți ajuți prospecții să devină clienți sau distribuitori .....	105
CAPITOLUL 9:	Abilitatea #6 – Cum să-l ajuți pe noul distribuitor să pornească cu dreptul.....	111
CAPITOLUL 10:	Abilitatea #7 Promovarea evenimentelor .....	119
CAPITOLUL 11:	Orice lucru valoros necesită timp .....	127
CAPITOLUL 12:	Total merită .....	140

## Despre Network Marketing Pro

NetworkMarketingPro.com a fost creat în 2009 pentru a fi o resursă GRATUITĂ care să ajute la educarea și dezvoltarea profesioniștilor din domeniul vânzării în rețea. Puteți găsi sute de materiale video gratuite de instruire, interviuri cu milionari în dolari, și alte informații valoroase, accesând <http://networkmarketingpro.com>.

De asemenea, vă invităm să vă alăturați comunității noastre pe Facebook: <http://facebook.com/nmpro>

Am fi onorați dacă ne-ați putea acorda câteva momente și ați scrie pe Amazon o recenzie a acestei cărți.

Pentru informații referitoare la imprimarea unei ediții personalizate a cărții „Cum să devii profesionist”, vă rugăm să trimiteți un email la [gopro@networkmarketingpro.com](mailto:gopro@networkmarketingpro.com).

Programul de reduceri pentru cantități mari: Țelul nostru este ca această carte să ajungă în mâinile cât mai multor persoane cu putință. Pentru ca acest țel să devină realitate, am creat un program de reducere pentru cantități mari, care va permite liderilor să aibă la îndemână în orice moment mai multe exemplare „Cum să devii profesionist”. Vă încurajăm să:

- Comandați cărți pentru fiecare persoană din echipa dumneavoastră
- Oferiți un exemplar fiecărei persoane noi care se alătură organizației dumneavoastră



- Aveți exemplare disponibile pentru a le vinde la toate evenimentele dumneavoastră

1-9	12 \$ fiecare	100-499	6 \$ fiecare
10-24	10 \$ fiecare	500-999	5 \$ fiecare
25-49	8 \$ fiecare	1,000+	4 \$ fiecare
50-99	7 \$ fiecare		

Pentru a comanda, accesați [www.networkmarketingpro.com/gopro](http://www.networkmarketingpro.com/gopro). Dacă aveți întrebări, vă rugăm să ne contactați la 1-855-66GOPRO, sau prin email la [gopro@networkmarketingpro.com](mailto:gopro@networkmarketingpro.com).

## Mulțumiri

Nu sunt scriitor. Permiteți-mi să menționez acest lucru în primul rând. Călătoria care a dus la această carte a fost un drum foarte lung și întortocheat. De fapt, am încercat să fac asta de foarte multe ori, și am angajat chiar câțiva scriitori la comandă pentru a mă ajuta. Însă la final niciodată nu părea în regulă, așa că presupun că v-ați ales cu mine oferindu-vă această carte cu propriile mele cuvinte.

Nu sunt nici cel mai bun vânzător. Există oameni mult mai buni decât mine, deși am avut ceea ce majoritatea oamenilor ar numi-o carieră de succes. Cred că am dezvoltat o deprindere de a înțelege ceea ce fac oamenii de succes și de a furniza aceste informații într-o manieră care poate fi ușor înțeleasă.

Vânzarea în rețea are propriul său „jargon”. Anumite companii își denumesc oamenii distribuitori, alții sunt membri ai echipei, și alții sunt parteneri de brand, promotori sau asociați.

Fie că este vorba de denumirea dată unui distribuitor sau de orice alt jargon din afacerea noastră, te rog să nu lași asta să te distragă pe măsură ce citești cartea. Concentrează-te pe concepte, nu pe denumiri. Conceptele nu se schimbă niciodată, în timp ce denumirile se schimbă tot timpul.

Din moment ce începem această călătorie împreună, iată câțiva oameni importanți cărora doresc să le mulțumesc.

Soției mele, Marina: Dumnezeu a binecuvântat lumea în ziua în care te-ai născut, și El m-a binecuvântat pe mine în ziua în care în sfârșit te-am găsit.

Copiilor mei, Taylor, Alexandra, Daniela, Chandler, și Domenic, și nepotului meu Ethan, sunt foarte mândru de toți. Nu am nici o îndoială că veți face lucruri mărețe în această lume.

Părinților mei, și celorlalți membri ai familiei mele, rude de gradul trei și patru. Nu vă pot mulțumi îndeajuns pentru toată dragostea și sprijinul pe care mi le-ați oferit de-a lungul întregii mele vieți. Îmi iubesc familia.

Miilor de prieteni din toată lumea, ați devenit o parte din marea mea familie. Am auzit că se spune „prietenia este bogăție”. Cred că este adevărat, și datorită vouă, sunt un om bogat.

Lui Chad Porter: Network Marketing Pro nu ar putea funcționa fără tine. Îți mulțumesc pentru toată munca grea și pentru dedicație. Te apreciez foarte mult.

Lui Melody Marler Forshee: îți mulțumesc pentru faptul că ai fost editorul meu și m-ai ajutat să organizez această carte. Nu aș fi reușit fără tine.

Și mulțumesc Network Marketing Pro pentru că m-a readus la viață în 1988. M-ați determinat să devin un om mai bun și vă voi fi mereu recunoscător.

## Introducere

Îmi amintesc ziua în care am fost introdus în domeniul vânzărilor în rețea pentru prima dată. Era în ianuarie 1988. Aveam 23 de ani și vindeam imobiliare pentru o companie mică deținută de tatăl meu și prietenul său, John Joyce.

Eram proaspăt căsătorit și aveam un băiețel. Eram deja în urmă cu facturile și eram speriat. Anul anterior câștigasem aproximativ 45,000 \$ din comisioanele din imobiliare, ceea ce era bine. Problema era că am cheltuit aproximativ 60,000 \$ și nu am economisit bani deloc pentru a-mi plăti impozitele, care vor deveni scadente în doar câteva luni.

Când John Joyce a venit la biroul meu în acea zi și mi-a zis: „Eric, cred că am găsit o cale de a câștiga bani în plus”, am răspuns: „Spune-mi tot!” A început să îmi povestească despre un bun prieten de-al său care avea ceva să ne arate și ne-a invitat la el acasă. Așa că am urcat în mașină cu John și tatăl meu și am mers să vedem despre ce este vorba.

Când am sosit, ne-a condus în sufragerie sa, a pus o casetă în videocasetofonul său și a pornit-o. Am stat și am vizionat acest videoclip nebunesc. Era plin cu vile și limuzine și testimoniale ale oamenilor care practic făceau averi peste noapte. Era atât de copleșitor, încât nu am crezut că este adevărat, așa că am început să susțin către toți că e o idee proastă și că nu sunt interesat. Filtrele mele mentale naturale nu lăsau informațiile să pătrundă.

Apoi s-a întâmplat ceva interesant. John și tatăl meu au spus: „Ok, păcat. Noi oricum suntem interesați.”

Asta a avut un impact MAJOR asupra mea fiindcă mai rău decât să fiu falit era să-i văd pe cei doi câștigând mulți bani FĂRĂ mine! Prin urmare, mi-am schimbat atitudinea, l-am luat pe tatăl meu deoparte și l-am întrebat dacă mi-ar împrumuta câțiva bani pentru a mă înregistra. Îi mulțumesc lui Dumnezeu că a spus da, deoarece luând decizia de a deveni distribuitor în domeniul vânzărilor în rețea mi-a schimbat complet viața.

Când am început, mi-am tratat afacerea așa cum fac majoritatea oamenilor, adică aș putea spune că nu am tratat-o deloc ca pe o afacere. M-am implicat, am dat câteva telefoane, și am sperat că momentul și locul potrivit erau suficiente să fiu norocos și să câștig câțiva dolari. Și la început a mers! AM CÂȘTIGAT ceva bani, și era foarte incitant, deși trebuie să-ți mărturisesc ceva. În primele mele luni, întreaga mea strategie era să sun repede toate contactele tatălui meu înainte ca el să-i contacteze. Mă gândeam că dacă îi sun și le spun că tatăl meu și John Joyce erau implicați, și dacă reușeam să-i aduc la o întâlnire sau să se uite la un material video, apoi dacă erau interesați, tatăl meu nu s-ar fi supărat cine primește meritele, deoarece eram în organizația lui. Am avut succes limitat dar după cum vă puteți imagina, nu a durat mult.

Așa că, după primele 3 luni, venitul meu din vânzări în rețea a secat. Și când s-a întâmplat, atitudinea mea pozitivă a dispărut complet. Am început să dau vina pe orice și oricine pentru lipsa mea de succes. Linia mea de îndrumare nu mă ajuta destul. Compania nu oferea susținere, nu-mi asigura instruirea adecvată. Nu cunoșteam suficienți oameni. Nimeni nu mă respecta pentru că eram prea tânăr. Am dat vina pe produs. Am dat vina pe companie. Am dat vina pe economie. Am dat vina pe oricine în afară de mine.

Dar aveam o mare problemă. Acuzând pe toți nu mă ajuta să îmi plătesc facturile. Deja renunțasem și la imobiliare după primul meu comision. Ar fi durat prea mult să obțin din nou un comision din imobiliare, nu aveam nici studii superioare, așadar, nici nu era în discuție obținerea unui loc de muncă plătit decent. Singurul loc de unde puteam câștiga un venit era înapoi în domeniul vânzărilor în rețea.

Așa că am aplecat capul și m-am apucat de treabă. La început, nu a fost ușor. De fapt, în primii trei ani mi-am reconstruit organizația de șapte ori! O construiam și dădea faliment, o construiam din nou și iar dădea faliment. Din nou, din nou și iar din nou.

După acei trei ani, eram mai mult decât descurajat. Aproape mi-am pierdut speranța. Apoi s-a întâmplat ceva care mi-a schimbat viața. De fapt, a fost o combinație între două întâmplări. Era noaptea dinaintea unui seminar și mă uitam întâmplător la televizor. Aveau un invitat care era expert într-un domeniu pe care nu mi-l amintesc acum. Ceea ce mi-a trecut prin cap a fost: „Cum putea deveni cineva expert într-un ANUMIT domeniu?” Singurul lucru la care m-am putut gândi era că era important să fi luat decizia să acumuleze experiență, să învețe tot ce poate, să citească toate cărțile, să vorbească cu fiecare persoană, și să învețe atât de eficient încât să devină expert.

În următoarea zi am mers la seminar și am urmărit vedetă după vedetă pe scenă. Și atunci era ca și cum aș fi fost lovit de trăsnet. Deodată, mi-a ”făcut click” că dacă decid să mă implic cu adevărat, aș putea deveni expert în domeniul vânzărilor în rețea. Aș putea să mă concentrez pe abilități. Aș putea să practic până aș deveni expert, și NIMENI nu m-ar putea opri.

Până în acel moment, mereu căutam scurtături. Speram să fiu norocos. Speram să sponsorizez ”asul”<sup>1</sup> care avea să schimbe totul. Și eram speriat că îmi puteam pierde entuziasmul dacă acest lucru nu se întâmpla curând.

Dintr-odată, totul s-a schimbat. Am realizat că nu e nevoie să mă îngrijorez dacă sunt norocos sau nu. Momentul și locul erau bune, însă nu erau necesare pentru succesul meu pe termen lung. Nu trebuia să-mi fac griji referitor la lina de îndrumare, la cunoașterea oamenilor potriviți sau orice alt aspect. Tot ce aveam de făcut era să devin expert.

Prin urmare, în acea zi am decis să-mi schimb concentrarea și să dezvolt abilități pentru a deveni profesionistul vânzărilor în rețea. A fost ziua care mi-a schimbat viața.

De atunci, viața mea a fost o aventură uimitoare. Vânzarea în rețea a devenit pentru mine o carieră. Am libertatea totală a timpului. Am întâlnit cei mai uimitori oameni din lume. Am fost capabil să ating și să fiu atins de viețile a sute de mii de oameni, să călătoresc în toată lumea, să contribui la cauzele care sunt importante pentru mine și cel mai important, să devin o persoană mai bună în acest proces.

Toate acestea mi s-au întâmplat mie și de asemenea ți se pot întâmpla și ție. În această carte, îți voi oferi principiile fundamentale care te pot ghida pentru a deveni un profesionist în domeniul vânzării în rețea. Mi-au servit bine în ultimele câteva decade, și știu că îți pot servi la fel de bine și ție.

**Bine ai venit într-o aventură nouă și incitantă!**

1) ”asul” – distribuitor/persoană cu potențial mare și multe abilități deja dezvoltate pentru a fi profesionistul vânzării în rețea

# CAPITOLUL 1

## **Vânzarea în rețea nu este perfectă ... este doar MAI BUNĂ.**

Te simți agitat? Te simți nemulțumit? Simți că trebuie să existe o cale mai bună atunci când este vorba de munca ta și de modul în care îți câștigi existența?

Vești bune: EXISTĂ o cale mai bună, dar e diferită de cea pe care ai învățat-o la școală. Lasă-mă să-ți explic.

Când călătoresc și vorbesc în toată lumea, îmi place să inițiez un joc, care implică participarea audienței. Îi rog pe oameni să mă ajute să creez afacerea ideală și să îmi spună caracteristile dorite în acea afacere, precum și ceea ce ar dori să evite. Întotdeauna obțin o listă foarte interesantă. Dacă am fi față în față, aș face la fel cu tine acum. Din moment ce nu suntem, permite-mi să rezum ceea ce oameni din peste 30 de țări mi-au spus în timp ce cream, ceea ce îmi place să numesc „Lista carierei perfecte”.

De obicei, oamenii încep prin a numi aspecte pe care nu le doresc:

- Fără șef
- Fără obligații
- Fără alarmă deșteptătoare
- Fără angajați
- Fără constrângeri
- Fără compromisuri



- Fără discriminare
- Fără studii superioare

Apoi, pe măsură ce oamenii încep să-și folosească imaginația într-un mod mai pozitiv, aceștia încep să vizualizeze și câteva atribute pozitive:

- Ceva pozitiv
- Un produs sau serviciu ideal
- Venit nelimitat
- Venit rezidual
- Alegi oamenii cu care lucrezi
- Libertatea de planificare a timpului
- Ceva semnificativ
- Dezvoltare personală
- Multe avantaje
- Recunoaștere internațională
- Contribuție la cauze care merită
- Risc scăzut
- Costuri reduse de pornire
- Testat economic
- Beneficii fiscale
- Distracție!

Acum, ai putea adăuga câteva atribute personale, dar nu ai fi de acord că este un început destul de bun? Imaginează-ți cum ar fi să te poți bucura de o carieră cu toate aceste atribute!

**Toate „job-urile” pe care le știu se încadrează în una  
dintre următoarele cinci categorii:**

- Muncitor necalificat
- Muncitor calificat
- Vânzări
- Afacere clasică
- Investiții

**Carierile muncitorilor necalificați**

Iată definiția oferită de Wikipedia pentru lucrătorul necalificat: „Un lucrător necalificat este un membru al clasei muncitoare care desfășoară muncă manuală”. Eu îl definesc o persoană care muncește pentru a repara ceva, pentru a face ceva, pentru a curăța ceva, pentru a construi ceva, sau pentru a întreține ceva (sau pe cineva).

De-a lungul vieții mele, am avut multe joburi ca muncitor necalificat. Și, pentru oricine care s-a angajat vreodată în această linie de lucru, există o anumită satisfacție a unui lucru bine făcut.

Dar aici e marea întrebare: Poate fi pusă meseria de muncitor necalificat pe lista carierei perfecte? Răspunsul evident este „nu”. Desigur, poate enumera unele attribute. Poate avea un produs grozav și un cost redus de pornire, sau orice alt aspect individual din listă, dar dacă te uiți cu adevărat la aceasta, muncitorul necalificat pur și simplu nu te poate duce acolo unde dorești să fii. Nu e „Cariera perfectă”.

### **Carierile muncitorilor calificați**

Iată definiția oferită de Wikipedia pentru muncitor calificat: „Termenul de muncitor calificat se referă la o persoană care desfășoară muncă profesională, managerială, sau administrativă, spre deosebire de muncitorul necalificat care are datoria de a desfășura muncă manuală. Activitatea tipică a muncitorului calificat se desfășoară într-un birou sau într-o ”cutie”.”

Eu îl definesc o persoană care este angajată de altcineva pentru a desfășura o altă activitate decât munca manuală sau cea de vânzări.

Mulți oameni aleg o carieră de muncitor calificat, deoarece, dintre opțiunile disponibile, este una din cele mai acceptabile din punct de vedere social. A fost văzută ca o opțiune care îți oferă siguranță. Recent, asta s-a schimbat. Contractul implicit conform căruia, dacă ești loial companiei, compania la rândul ei îți va fi loială, a dispărut de mult.

De-a lungul carierei mele, am fost de asemenea și muncitor calificat. Din propria experiență, pot spune că sunt două categorii de oameni care fac acest gen de muncă: performerii și prefăcuții.

Performerii sunt oameni care doresc să presteze la un nivel înalt. Sunt ambițioși, motivați și energici. Sunt plini de idei și doresc să promoveze în ierarhia companiei, ceea ce este grozav să ai astfel de calități. Dar există un inconvenient pentru performeri.

Din moment ce o persoană decide să fie un performer, aceasta devine o țintă. Șeful îi vede ca o amenințare pentru postul lor, așa că încep să îi țină în loc sau să le păteze reputația. Colegii îi văd fie ca persoanele care îi vor stânjeni, fie îi vor îndepărta de obținerea promovării, așa că încep să facă tot ce pot pentru a le submina realizările.

Prin urmare, pentru a rămâne un performer și pentru a supraviețui în acest mediu ostil, o persoană trebuie să devină pricepută la un aspect care nu are nimic de-a face cu productivitatea – și aceea e ”politica”<sup>1</sup>. Ei trebuie să învețe cum să navigheze în lumea politică prin reducerea numărului de adversari și prin consolidarea relațiilor cu oamenii puternici. De fapt, unii dintre cei mai de succes oameni din lumea corporativă nici măcar nu sunt performeri. Sunt puri ”politicieni”.

Dacă decizi să lucrezi în mediul corporativ și să fii un performer, e important să accepți faptul că trebuie să devii de asemenea și un bun politician.

Acum haideți să vorbim despre prefăcuți. Aceștia sunt oameni care URĂSC ”politica”, dar totuși au nevoie de un loc de muncă. Aceștia învață să nu fie un performer ambițios. Aceștia nu ies în evidență. Ei nu vorbesc în cadrul întâlnirilor, Nu vin cu idei noi. Ei se ASCUND.

1)”politica” – se referă la a mulțumi pe toată lumea, la a respecta ”legile nescrise” a atmosferei de lucru

Aceștia își lasă capul în jos și fac cum li se spune. Ei fac suficient cât să nu fie vorbiți de rău. Ei supravețuiesc.

Și așa a funcționat timp de zeci de ani. Dar în Noua Economie, devine mult mai dificil să te ascunzi. Iar oamenii nu mai au timp.

Așa că haideți să ne întoarcem la Lista carierei perfecte: Este posibil ca muncitorul calificat să se încadreze pe listă? Din nou, răspunsul clar este „nu” – cu siguranță nu, în foarte multe domenii.

## **Vânzări**

Unii oameni aleg să fugă de angajare și se implică într-o carieră în domeniul vânzărilor. Acest aspect este cu siguranță mai îndrăzneț deoarece de obicei vânzătorii sunt plătiți în funcție de producție în locul numărului de ore lucrate.

Am cunoscut mii de vânzători. Există o caracteristică comună pe care am observat-o de-a lungul carierei mele. Vânzătorul tipic va avea o perioadă de timp când totul va merge perfect. Tot ce ating se transformă în aur, și câștigă bani mulți.

Imediat cum se întâmplă asta, aproape întotdeauna își stabilesc stilul de viață la acel nivel de venit. Își cumpără o casă nouă, își iau mașini noi, își trimit copiii la școli mai bune, își achiziționează o casă de vacanță – acest fel de schimbări. Totul este grozav pentru o vreme.

Și dintr-odată ceva se întâmplă.

Compania își schimbă planul de compensație, teritoriul lor este redus, apare un rival, își pierde cel mai bun client, economia intră în recesiune, noile tehnologii duc la devalorizarea ofertei lor, sau reglementările guvernamentale le schimbă industria. Acestea sunt doar câteva exemple. Există sute de alte motive pentru care lumea vânzătorului ar putea, și probabil va deveni mai complicată.

Atunci când se întâmplă asta, cu stilul de viață înalt pe care și l-au dezvoltat, deodată acum 40 de ore săptămânal nu mai sunt suficiente pentru a plăti facturile. Prin urmare, lucrează 50 de săptămânal. Apoi 60. Apoi 70. Și apoi viața lor se îngustează. Da, au acel standard de viață, dar nu au timp să se bucure de el.

Cealaltă provocare pentru cariera vânzărilor este că indiferent de vânzător, se începe de la zero în ziua următoare. Poate fi obositor să trăiești sub acest gen de presiune pentru o perioadă îndelungată de timp.

O carieră în vânzări poate plăti facturile? Sigur. Dar poate oferi cariera perfectă pe care am descris-o mai devreme? Din nou, răspunsul este nu.

## **Afacerea clasică**

Anumiți oameni optează pentru visul măreț – construirea propriei afaceri, unde ei sunt șefii și unde ei iau deciziile. Este o idee incitantă, nu-i așa? Pentru majoritatea oamenilor, iată care este realitatea:

**Pasul 1:** Își folosesc economiile de-o viață, fac împrumuturi noi, și de multe ori împrumută bani de la prieteni și familie pentru a începe.

**Pasul 2:** Fac mai multe împrumuturi sub forma leasing-urilor sau a garanțiilor personale în aproape fiecare direcție.

**Pasul 3:** Acum în loc să se concentreze pe ceea ce se pricep (să spunem că erau grozavi în vânzări și s-au decis să pornească propria afacere), ei trebuie să fie de toate pentru toți. Acționează ca avocați pentru aspecte juridice, contabil pentru aspecte financiare, babysitter pentru aspecte legate de angajați, negociator pentru aspecte de achiziție, și agenție de colectare pentru recuperări de creanțe. Ajung chiar să ducă gunoiul. Fac ORICE în afară de vânzări, adică lucrul la care erau buni în primul rând.

**Pasul 4:** Se zbat. În loc să dețină afacerea, afacerea îi deține pe ei. Ei sunt primii care încep munca și ultimii care termină munca. Și după ce au fost plătiți toți, e posibil să reușească să își ia acasă suficienți bani pentru a-și plăti facturile, și să nu mai zicem de plata datoriei pe care au făcut-o pentru a începe afacerea.

**Pasul 5:** Reușesc sau eșuează. Fie ajung la un punct în care afacerea are succes, fie eșuează, de multe ori ajungând la faliment sau revenind la un job într-o corporație sau în vânzări. Și chiar dacă au succes, asta înseamnă de obicei o viață întreagă de ore multe de muncă și stres.

Sună romantic, nu-i așa? Dacă încă nu ți-ai început propria afacere, întreabă-ți prietenii care deja au făcut asta dacă această descriere este precisă. Majoritatea oamenilor care își încep propriile afaceri clasice nu sunt îngrijorați cu privire la profitul investițiilor. Ei vor doar recuperarea investițiilor. Este destul de clar că deținerea unei afaceri clasice nu poate oferi cariera perfectă pe care am descris-o.

## Investitorul

Ultima modalitate de a-ți câștiga existența în zilele noastre este să fii investitor.

Și ce ai nevoie pentru a deveni investitor? Bani, corect? Dacă nu ai o mulțime de bani, va fi foarte dificil să-ți câștigi existența din profitul investițiilor, mai ales dacă încerci să fii conservator pentru a reduce riscul de pierderi.

Dar să spunem că ai. Care este următorul criteriu de care ai nevoie pentru a fi un investitor de succes? Ai nevoie de cunoștințe și abilități incredibile. De-a lungul anilor, am cunoscut nenumărați oameni care erau investitori pricepuți în domeniul imobiliarelor. Dar când situația s-a schimbat radical în piața imobiliarelor, abilitățile nu i-au ajutat. Au pierdut mult.

Ai dori să investești într-o mică afacere clasică a cuiva? Succes! În majoritatea cazurilor, nu vei fi investitor, ci mai degrabă filantrop.

Dar ce spuneți de bursa de valori? Oamenii se descurcă grozav acolo, nu-i așa? Unii da, cel puțin din când în când. Dar cunosc mai mulți care au pierdut decât au câștigat, mai ales în ultimii zece ani. Este foarte dificil să ai profit garantat atunci când nu deții controlul. Și crede-mă, în calitate de investitor, NU deții controlul. Orice se poate întâmpla. Și se poate întâmpla peste noapte.

Permite-mi să îți spun o poveste care să ilustreze acest aspect. La finalul anului 2001, trăiam pe picior mare. Vândusem o companie pe care o cofondasem și lucram ca și consultant; eram foarte bine plătit. Pentru partea mea din vânzare, am primit aproximativ 170.000 de acțiuni din capitalul noii companii. Se tranzacționau public la Bursa de Valori din New York și se vindeau cu aproximativ 44\$ acțiunea,



ceea ce însemna că valoarea acțiunilor mele era de aproximativ 7.5 milioane \$. Aveam un venit mare și un portofoliu grozav. Viața era FRUMOASĂ.

Am folosit o parte din acțiuni pentru a garanta un împrumut de 2 milioane \$, pentru casa de vis pe care o construiam. Cât despre restul acțiunilor, nu am diversificat, deoarece știam că firma era în formă bună, cu un produs bun și cu o forță de vânzare uimitoare.

Apoi s-a întâmplat ceva ce nu puteam controla. Peste noapte, pachetul de acțiuni a scăzut la 37 \$ acțiunea, deoarece un grup de investitori a luat în vizor compania și a redus pachetul de acțiuni. Cu alte cuvinte, cu cât scădea prețul pachetului de acțiuni, cu atât ei ar fi putut să facă mai mulți bani.

Am crezut că era ridicol, deoarece compania mergea grozav, așa că am cumpărat mai multe acțiuni la 37 \$, garantând cu acțiunile existente, știind că prețul va crește din nou. A scăzut la 33 \$. Am cumpărat mai multe acțiuni. A scăzut la 27 \$. Am început să primesc apeluri de avertizare, ceea ce însemna că dacă nu le trimit bani, vor începe să îmi vândă acțiunile pentru a acoperi pierderile. Nu aveam ce să le trimit.

Pachetul de acțiuni a continuat să scadă. A ajuns tocmai până la 10 \$ acțiunea, iar cei 7.5 milioane \$ ai mei au dispărut. Poof! Totul în mai puțin de 90 de zile. Acum, în sfârșit pachetul acțiunilor a revenit, iar compania s-a privatizat, cu o valoare de 65 \$ acțiunea. Dar nu am fost acolo să profit de asta. Eram terminat.

Aș fi putut să fiu mai inteligent? Sigur. Am făcut greșeli? Absolut. Dar iată lecția: dacă dorești să devii investitor, este important să accepți că din când în

când, situația îți va scăpa de sub control. Și când se întâmplă acest lucru, te poate costa foarte scump.

Așadar, să ne întoarcem la lista carierei perfecte. Poate investitorul, să apară pe acea listă? Nu prea cred.

Am vorbit despre muncitorii necalificați, muncitorii calificați, vânzări, deținerea unei afaceri clasice și investiții. Și nici una dintre ele nu poate apărea pe lista carierei perfecte pe care am întocmit-o. Prin urmare, cariera perfectă chiar este posibilă? Răspunsul este da, dar pentru a ajunge acolo, este important să înțelegi că totul se schimbă. Modelele vechi de compensație au murit sau sunt pe cale să moară, iar noi trecem prin cea mai mare schimbare economică a tuturor timpurilor din orice perioadă a vieții noastre.

## **NOUA economie**

Lumea pe care o știi s-a schimbat. Pentru oamenii care nu recunosc acest fapt, vor fi cele mai grele timpuri. Pentru cei care recunosc, vor fi vremurile cele mai bune.

În ultimii 100 de ani, a avut loc un fenomen interesant. Apariția corporațiilor a devenit standardul în societate. Locul de muncă sigur și respectat de oameni era cel de angajat.

**Pasul 1:** Mergi la școală pentru a învăța să fii angajat.

**Pasul 2:** Găsești o companie care să te angajeze.

**Pasul 3:** Lucrează în acea companie timp de 40 de ani.

**Pasul 4:** Pensionează-te

În ultimii zeci de ani, promisiunea că vei fi răsplătit de companie pentru loialitate și munca grea a devenit un mit. Oamenii au început să își dea seama că loialitatea pe care o ofereau companiei nu le era oferită înapoi. Așa că, a apărut un fenomen diferit.

**Pasul 1:** Mergi la școală pentru a învăța să fii angajat.

**Pasul 2:** Găsești o companie care să te angajeze.

**Pasul 3:** De-a lungul carierei tale , schimbă companiile la fiecare trei sau cinci ani din diverse motive politice sau economice.

**Pasul 4:** Descoperi că nu te poți pensiona confortabil după 40 de ani, deci continui să lucrezi.

Iar acum trecem prin cea mai mare schimbare din viețile noastre. Timp de un secol, companiile și-au plătit oamenii cu ora, săptămânal sau lunar. Asta se schimbă, la nivel global.

Lumea evoluează spre o economie de performanță și deja se întâmplă. Iată ce înseamnă asta : în viitor, vei începe să fii plătit doar pentru performanță. Nu vei mai fi plătit pentru timpul alocat. Ospătarii din domeniul alimentar deja trăiesc după acest model. Aceștia primesc un salariu foarte mic, minimul pe economie și își câștigă existența din bacșișuri, obținute în funcție de performanță.

Dacă vă puteți imagina același model aplicat practic fiecărei meserii din lume,

vezi ce vine peste noi. Persoana care curăță camerele într-un hotel, de acum înainte nu va mai fi plătită cu ora. Va fi plătită pe cameră.

Pentru cei care lucrează la birou, iată un exemplu.

O persoană are un salariu anual de 60.000 \$.

**Pasul 1:** Compania va micșora acel salariu la aproximativ 50.000 \$, deoarece pe piața muncii de azi sunt alți oameni care acceptă slujbe pentru o sumă mai mică.

**Pasul 2:** Salariul „de bază” îl vor reduce undeva la 20.000 \$ anual.

**Pasul 3:** Acelei persoane îi vor spune că poate obține 30.000 \$ în plus pe parcursul anului dacă atinge anumite nivele de performanță în fiecare lună.

Cu alte cuvinte, dacă își ating obiectivul, pot câștiga 2.500 \$ în plus lunar. Presiunea a început acum, iar compania iubește asta. Dacă nu îți atingi obiectivele, pot chiar să economisească mai mulți bani. Dacă îți atingi obiectivele, ghici ce te așteaptă în viitor? Îți vor cere să faci mai mult.

În afara cazului când ești extrem de specializat, asta se va întâmpla pentru tine, dacă nu s-a întâmplat deja. Fii sigur de asta. Se va întâmpla pe rând în fiecare profesie de pe glob. Evoluția a început.

De ce se întâmplă asta? Unu: este un model mai bun pentru companie care va obține rezultate mai bune cu mai puține cheltuieli. Doi: Noua economie are nevoie de puțini oameni, astfel încât compania are mai mulți oameni care concurează pentru tot mai puține joburi.

Dă-mi voie să-ți explic de ce Noua Economie are nevoie de puțini oameni. Înflorirea exponențială a tehnologiei a schimbat totul. Acum peste 100 de ani, 90% din populație lucra în agricultură. Astăzi, din cauza eficienței dramatice, a mai rămas doar 1%, iar locurile de muncă în agricultură au dispărut.

Îți amintești de centrele telefonice de relații cu clienții, unde vorbeai cu oameni? Azi, vorbești cu un robot și acele locuri de muncă au dispărut. Îți amintești vremurile când companiile aveau un număr imens de vânzători? Acum oamenii comandă online, iar acele locuri de muncă în vânzări au dispărut. Îți amintești de magazinele care închiriau casete video și toți angajații lor? Acum oamenii vizionează filme pe dispozitive portabile sau tablete, iar acele locuri de muncă au dispărut. Iubesc cărțile, însă mergi la librăria ta locală cât încă mai poți. În curând, vor deveni istorie, la fel ca și locurile de muncă practic puse la dispoziție de aceste magazine.

Aș putea continua la nesfârșit pentru fiecare sector de muncă de pe glob. Tehnologia și eficiența elimină locuri de muncă în fiecare zi, și nu putem face nimic pentru a o opri. De fapt, doar va accelera. Dacă stai acolo și aștepti ca economia și locurile de muncă să revină, nu fă asta. Nu se vor mai întoarce.

La fel cum copiii fermierilor au văzut că scrisul de mână era la modă și au părăsit fermele pentru alte vocații, la fel se întâmplă pentru oamenii care lucrează în joburile Vechii economii. Pentru a supraviețui, au nevoie să deschidă ochii la realitatea existentă și să găsească ceva nou.

## **Vânzarea în rețea este MAI BUNĂ**

Cea mai bună cale pe care o cunosc nu doar pentru a supraviețui, dar și pentru a prospera în Noua economie, este vânzarea în rețea. În lumea noastră există produse și servicii importante care doresc să fie promovate oamenilor care au nevoie de ele. Consumatorii încă au nevoie de educație.

Companiile au opțiuni. Se pot afunda în lumea din ce în ce mai fragmentată a publicității pentru a se face auzite, pot angaja o forță de vânzări mare și scumpă pentru vânzarea propriilor produse sau servicii, sau pot utiliza vânzarea în rețea, ca să-și spună povestea lor întregii lumi.

Tot mai multe companii vor alege să acceseze vânzarea în rețea deoarece se potrivește Noii Economii. Ei pot oferi toată infrastructura și pot plăti distribuitorii pe baza performanței pentru promovarea propriilor produse. Este extrem de eficientă deoarece în Noua Economie, promovarea din gură în gură continuă să funcționeze mai bine decât orice altă formă de promovare. Pentru companie este suficient doar să direcționeze banii pe care i-ar cheltui pe reclame și promovare și să-și plătească distribuitorii pentru a răspândi vestea.

Asta înseamnă că pentru tine ca antreprenor, poți primi toate beneficiile deținerii unei afaceri clasice, fără riscurile tipice. Și nu va fi nici o limită de venit, deoarece companiile din domeniul vânzării în rețea VOR ca tu să câștigi cât de mult posibil.

Dacă oricum vei fi plătit pentru performanță, de ce să trăiești cu vreo limită?

## **„Trucul” vânzărilor în rețea**

Toate astea par grozave și chiar sunt. Dar există un truc pe care majoritatea oamenilor nu ți-l vor spune. Iată-l:

*Este important să accepți o pierdere temporară a stimei sociale din partea oamenilor ignorați.*

Asta înseamnă că pentru o perioadă, oamenii care încă mai trăiesc și care încearcă să funcționeze în vechiul sistem, te vor subaprecia. Nu vor înțelege. Vor crede că ești nebun pentru că te-ai implicat în vânzarea în rețea.

Și de fapt, cuvântul „accept” nu este suficient de precis. E important să faci mai mult de atât. Ai nevoie să îmbrățișezi pierderea temporară a stimei sociale din partea oamenilor ignorați. TU vezi viitorul înainte de a deveni evident pentru toți ceilalți. TU ești cel deștept. TU ești persoana care acționează pentru a trăi o viață mai bună.

Există un motiv pentru care oamenii te subapreciază, și nu este doar din cauză că sunt blocați în vechiul sistem. Lasa-mă să văd dacă te pot ajuta să înțelegi asta mai bine, deoarece dacă decizi să faci din vânzarea în rețea profesia ta, este important să știi.

Majoritatea oamenilor fie s-au alăturat unei companii de vânzări în rețea, fie cunosc pe cineva care s-a alăturat. Iată ce trece practic prin mintea fiecărei persoane care decide să se implice. „Hmm, mă pot gândi la alte cinci sau șase persoane care de asemenea pot face asta! I s-ar potrivi surorii mele! Prietenul meu iubește astfel de lucruri. Cunosc o altă persoană care ar putea fi senzațională! Ok. Mă alătur!”

Cu alte cuvinte, nu se alătură unei profesii. Doar speră să devină norocoși, să înregistreze câțiva oameni pentru a acoperi propriile costuri de pornire și să stea și să aștepte să intre banii. Farmecul de a fi plătit pentru eforturile altcuiva este puternic, însă adesea este înțeles greșit.

Ei nu au început o afacere reală. Doar au achiziționat un bilet cu siguranță câștigător la loto. Imaginați-vă un bilet la loto cu șase buline de răzuit. Aceste buline reprezintă fiecare dintre oamenii despre care persoana nouă crede că se vor alătura cu siguranță. Ei abordează acești oameni și încearcă să îi convingă să se alăture. Și din cauza lipsei abilităților, majoritatea dintre aceștia nu se aleg cu nimic – la fel ca biletul la loto. Aceasta devine doar o altă șansă pierdută, și devreme ce au acționat cu ignoranță nejustificată, e posibil să fi stricat și alte prietenii.

Așa că rup biletul la loto, și în loc să își asume responsabilitatea pentru că nu și-au început cu adevărat afacerea, acuză vânzarea în rețea și se asigură că vor spune tuturor „Știi ce, am fost acolo, am făcut asta. Am vorbit cu fiecare persoană pe care o cunosc, iar vânzarea în rețea pur și simplu nu funcționează. Salvează-ți banii.”

Cu asta aveți de-a face dacă alegeți asta ca profesie – părerile oamenilor ignoranți care cred că au procedat corect și că nu funcționează. Dacă asta va fi prea greu de suportat, atunci vânzarea în rețea nu este pentru tine. Însă dacă o poți îmbrățișa, lumea este a ta.

Oamenii care îmbrățișează asta sunt plătiți cu MULȚI bani. Companiile vor plăti sume nelimitate oamenilor care pot ajuta orbii să vadă, care pot educa ignoranții, și care pot construi o comunitate de oameni care gândesc la fel.



Unor oameni le place să spună „Percepția personală este realitate”. Urăsc această zicală. Toți liderii grozavi din lume au ignorat-o timp de secole. Cum ar fi fost dacă Nelson Mandela ar fi spus că percepția personală este realitate? Cum ar fi fost dacă Martin Luther King Jr. ar fi spus că percepția personală este realitate? Cum ar fi fost dacă Steve Jobs ar fi spus că percepția personală este realitate? Marii lideri ai lumii au spus: „Realitatea este realitate, și voi face tot posibilul pentru a ajuta oamenii să înțeleagă acest fapt.”

Adevărul este că vânzarea în rețea nu este perfectă. Este doar MAI BUNĂ. Și asta e realitatea!

## **CAPITOLUL 2**

**Dacă te implici în vânzările în rețea,**

**Decide să fii profesionist.**

**Decide să acționezi profesionist.**

Există trei categorii de oameni în vânzările în rețea. Le-am observat pe toate și am trecut prin fiecare. Acestea sunt: hărțuitorii, amatorii și profesioniștii.

### **Hărțuitorii**

Hărțuitorii tratează această profesie ca un bilet la loto. Speră să dea lovitură cu cât mai puțin efort posibil. Când am început prima dată, eram un hărțuitor, sperând să stau sub aripa tatălui meu și al partenerului său. Din fericire pentru mine, am obținut unele rezultate, iar asta m-a determinat să continui, cel puțin pe termen scurt. Dar cred că ai putea fi de acord cu mine că a rămâne în categoria hărțuitorilor este o idee proastă. În aproximativ 90 de zile, am depășit această categorie și am devenit amator.

### **Amatorii**

Amatorii se axează pe alte aspecte. Unul dintre lucrurile pe care am continuat să mă concentrez ca amator a fost norocul. Speram cu adevărat să devin norocos și să găsesc acel AS, care să mă îmbogățească. Toți am auzit povești

despre unele persoane care și-au schimbat complet viața după înregistrarea unui AS. În realitate, chiar dacă unele dintre aceste povești sunt adevărate, nu servesc prea bine profesiei noastre, deoarece îi face pe oameni să-și piardă timpul sperând la acea mare lovitură.

Al doilea aspect asupra căruia m-am concentrat ca amator a fost timpul potrivit. Întotdeauna eram îngrijorat cu privire la timp. M-am înregistrat destul de devreme? Aș putea să fiu cea mai tânără persoană din topul companiei? Cât de mulți alți lideri mai erau pe piața mea locală? Erau prea mulți împotriva cărora să concurez? Era suficient pentru atingerea momentului oportun? Cum era compania? Era prea mare? Am pierdut elanul dezvoltării? Era prea mică? Eram obsedat de ideea momentului potrivit.

Al treilea aspect asupra căruia m-am concentrat ca amator era poziționarea. Eram în compania potrivită ? Erau persoane mai bine poziționate decât mine? Poate nu aveam linia de îndrumare potrivită ? M-aș descurca mai bine în altă parte.

Al patrulea lucru asupra căruia m-am concentrat ca amator au fost scurtăturile. Întotdeauna căutam un anumit unghi. Indiferent de strategia de promovare a unui produs care îmi ieșea în cale, eu eram pregătit. Publicitate în ziare? Ok. Afișe pe marginea străzii? Să o facem. Distribuie de pliante la mall? Mă bag. Bătut din ușă în ușă? Să încercăm. Când eram amator, internetul nu exista. Imaginați-vă doar cât de înnebunit aș fi fost cu toate tacticile internetului, pe care le-aș fi putut folosi pentru a mă distra. Ceea ce vreau să spun este că de fiecare dată când auzeam de o nouă abordare tentantă, fiind predată de oricine în lume, începeam să o studiez pentru a găsi scurtătura.

Și apoi, în final, am decis să acționez profesionist. Definiția unui

profesionist, oferită de Wikipedia, este următoarea: „O persoană care este plătită să preia o serie de sarcini specializate pentru a le finaliza, în schimbul unui onorariu”. Propria definiție a profesionistului în vânzările în rețea este : un expert cu abilitățile necesare pentru a construi organizații mari și de succes în vânzările în rețea”.

În profesia noastră, există o zicală care face mai mult rău decât bine. Ea zice: „Ignoranța pe jar e mai bună decât experiența pe gheață”. Ideea acestei zicale este că e mai bine să fii entuziasmat și ignorant decât să fii apatic și inteligent. E posibil să fie adevărat, dar de ce trebuie să alegem una sau cealaltă?

Permite-mi să-ți ofer un exemplu. Să spunem că ai nevoie de o operație. La spital, te întâlnești cu doctorul. Acesta intră și spune: „Sunt foarte entuziasmat să conduc operația dumneavoastră. Sunt atât de pasionat de asta, încât abia am reușit să dorm. Nu există nimeni pe lumea asta care să dorească să te ajute mai mult cam mine.” Tu spui: „Uau, vă mulțumesc, domnule doctor. De cât timp faceți acest gen de operații?” Și acesta răspunde: „Ei bine, nu m-am instruit niciodată în mod special pentru operație, nu am practicat niciodată, și nu am făcut nici una vreodată. Dar nu contează, pentru că sunt pasionat!!!” Cum te-ai simți în acel moment? Entuziasmul este grozav, însă la un moment dat este important să îmbini pasiunea cu abilitățile.

Atleții profesioniști își dedică ore nenumărate pregătirii pentru competiții, dar când se alătură vânzării în rețea, nu depun nici măcar o zi de efort pentru învățarea abilităților necesare. Doctorii își dedică zece ani din viață, cu costuri financiare uriașe pentru a deveni doctori, însă, când se alătură vânzării în rețea, nu dedică o lună studiului și practicii pentru a deveni profesioniști în vânzarea în

rețea.

În cartea sa „Excepționalii”, cercetarea lui Malcolm Gladwell a arătat că durează aproximativ 10.000 de ore de practică pentru a atinge nivelul de expert în orice. Cu patru ore de practică zilnică, asta rezultă aproximativ șapte ani. Acea formulă se aplică de asemenea și pentru vânzarea în rețea. Îți va lua șapte ani să devii de talie mondială. Vestea bună este că profesia este foarte îngăduitoare și poți câștiga o mulțime de bani în timp ce devii expert. Trucul este să nu te complaci; nu te opri din învățat atunci când ai de câștigat.

Când am decis să acționez profesionist, totul s-a schimbat pentru mine. Am încetat să mă concentrez pe noroc, timp potrivit, poziționare și scurtături. Chiar am încetat să mă concentrez pe bani. Lumea mea s-a schimbat când am început să mă concentrez pe abilități și mi-am luat angajamentul de a practica, de a practica, de a practica, până le perfecționez.

Altceva s-a întâmplat când am decis să acționez profesionist. Dintr-o dată, grupul meu a început să crească. Era ca și cum oamenii ar putea simți schimbarea direcției de concentrare și angajamentul meu de a excela și au dorit să participe. Gândește-te la un moment din viața ta când ai fost în preajma unei persoane care și-a luat angajamentul de a excela. Poate era un profesor, un antrenor, un șef sau un prieten. Cum te-a făcut să te simți? Te-a inspirat, așa e? Când faci această schimbare importantă, descoperi că devii o sursă de inspirație pentru ceilalți.

Să rezumăm: Dacă te vei implica în această profesie grozavă, decide să o faci cum trebuie și trateaz-o ca pe o profesie. Dacă acționezi profesionist, această afacere este grozavă. Dacă rămâi hărțuitor sau amator, vei fi mizerabil.

Și până acum ai observat că folosesc des cuvântul profesie. Fac asta intenționat. Vânzarea în rețea este mai mult decât doar un proiect. Nu este o industrie. Este o profesie. Dacă o faci cum trebuie, este cu adevărat o opțiune de carieră. Te poate scoate din situația de a lucra la un job care nu te face fericit, și te poate purta către libertatea totală.

De aceea mi-am denumit website-ul NetworkMarketingPro.com. Iată ce spun oamenilor zilnic: „Doamnelor și domnilor, dorința mea pentru voi este să decideți să deveniți profesioniștii vânzărilor în rețea – decideți să acționați profesionist – deoarece este un fapt dovedit ca avem o cale mai bună. Acum haideți să spunem lumii întregi.

Când s-a lansat site-ul pe data de 11 martie 2009, foarte puțini oameni se autointitulau profesioniști în vânzările în rețea. Acum nu mai e cazul. Milioane de oameni și-au schimbat modul de gândire referitor la afacerea noastră, și sunt mândru de acest fapt.

Vizualizez ziua în care va fi ceva normal ca oamenii să audă:

*Sunt doctor, dar, sunt și profesionist în vânzarea în rețea.*

*Lucrez în construcții, dar, sunt și profesionist în vânzarea în rețea.*

*Sunt atlet, dar, sunt și profesionist în vânzarea în rețea.*

Cu cât mai mulți oameni aud acele cuvinte, cu atât lumea va fi mai pregătită pentru o *cale mai bună*.

## CAPITOLUL 3

### **Ca orice profesie, ai nevoie să înveți anumite abilități**

Sper că până acum am reușit să te conving că vânzarea în rețea este o cale mai bună. Sper de asemenea că pe lângă asta, dacă te vei implica, mai bine este să înveți să devii profesionist. Următorul pas este să recunoști că ai nevoie să înveți unele abilități. Dar înainte să ajungi la acele abilități, permite-mi să îți dau câteva vești bune.

Spre deosebire de majoritatea profesiilor, nu vei avea nevoie de o mulțime de bani pentru educația ta. Nu va trebui să iei împrumuturi studențești și poți chiar să câștigi în timp ce înveți. În plus, această profesie nu face discriminări. De fapt, este cea mai echilibrată șansă din lume. Trecutul, experiența, contactele, vârsta, sau sexul tău nu vor fi factori influențatori capacității tale de a învăța abilitățile pentru a acționa profesionist.

Și în ultimul rând, nu este complicat. Abilitățile necesare pentru a crește o afacere mare și de succes sunt extrem de învățabile, și vei avea un număr surprinzător de oameni motivați financiar pentru a te ajuta să le înveți.

#### **Există trei elemente primare în afacerea ta în vânzările în rețea.**

1. În primul rând, ai produsele sau serviciile companiei. Dacă unii oameni au succes în promovarea acelor produse și tu nu, atunci nu este vina produsului sau serviciului. Cu alte cuvinte, toate persoanele din companie au aceleași produse și servicii de oferit publicului.

2. În al doilea rând, ai planul de marketing al companiei. Dacă unii oameni câștigă o mulțime de bani și tu nu, atunci nu este vina planului de marketing. Nu există un plan pentru bărbați și altul pentru femei. Nu există un plan pentru grupe de vârste diferite sau studii superioare, sau pentru culoarea pielii tale. Planul de marketing este același pentru toată lumea.

3. Al treilea element este cel mai important, iar acel element ești tu. Într-adevăr, ești singura variabilă. Fiecare are același produs sau serviciu și același plan de marketing, însă tu vei fi diferența între succes și eșec.

Asta înseamnă chiar aici și acum; este important să-ți asumi întreaga responsabilitate pentru afacerea ta în vânzarea în rețea. Decide astăzi să nu dai vina niciodată pe nimeni sau pe nimic pentru lipsa ta de rezultate.

De fapt, în vânzarea în rețea, se întâmplă ceva epidemic. Oamenii iubesc să dea vina pe linia lor de îndrumare(cei care te-au înregistrat și care sunt deasupra ta) pentru toate problemele lor. „Dacă linia mea de îndrumare ar fi făcut asta sau asta pentru mine, atunci totul ar fi mai bine.”

Dacă ți-ai luat angajamentul construirii unei organizații mari și de succes, mi-ar plăcea să te încurajez să faci ceva important. Mi-ar plăcea să îți spun la revedere liniei tale de îndrumare. Sună-i și spune-le ceva de genul: „Vreau să îți mulțumesc pentru această șansă. O apreciez. Să intru pentru mine însumi în afaceri a fost un pas important, și apreciez că mi-ai prezentat o companie în care crezi și în care cred și eu acum. Dar de acum înainte, când vorbim de construirea afacerii mele, te voi folosi ca o resursă, dar niciodată ca o scuză. E posibil să apelez la tine din când în când. Dacă vei fi disponibil, ar fi grozav. Dacă nu, e bine și așa. Îmi voi



construi propria afacere și sunt conștient de un lucru și înțeleg ceva: Începe și se termină cu mine.”

Totul se schimbă când îți iei responsabilitatea totală pentru cariera ta în vânzarea în rețea.

Te-ar surprinde să știi că sunt necesare doar șapte abilități fundamentale<sup>1</sup> necesare pentru a construi o afacere uriașă în vânzarea în rețea? Șapte, nu 70. Fiecare este extrem de importantă, dar de fiecare dată sunt uimit cât de puțin efort depun oamenii să învețe. Dacă la facultate s-ar fi ținut un curs de vânzare în rețea, atunci acesta ar fi examenul cel mai ușor de promovat. Nu e știință nucleară, dar vei fi fericit să afli că este unul din seturile de abilități cel mai bine plătit din lume.

Hai să le explorăm împreună pe fiecare în parte.

1) Șapte abilități sau șapte pași de bază. Eric Worrie îți vorbește de totii cei 10 pași de bază. Ceilalți 3 pași de bază se află în capitolele 11,12.

## CAPITOLUL 4

### **Abilitatea # 1 – Găsirea prospectilor<sup>1</sup>**

Atunci când oamenii examinează vânzarea în rețea, una dintre cele mai mari semne de întrebare este: „Oare cunosc pe cineva?” Ei cred că dacă știu o mulțime de oameni, pot avea foarte mult succes, și că dacă nu știu o mulțime de oameni, n-au nici o șansă. Sună logic, dar pur și simplu nu este adevărat.

Așa cum am menționat în capitolul doi, există trei categorii de oameni în vânzarea în rețea: hărțuitorii, amatorii și profesioniștii. Când vine vorba de găsirea prospectilor, hărțuitorii fac o listă mentală cu trei, patru sau cinci oameni care speră că se vor alătura afacerii lor, iar întregul lor viitor este bazat pe răspunsul acelor câțiva oameni. Dacă sunt destul de norocoși pentru a-l prinde pe unul dintre aceștia, își pot prelungi durata de viață a carierei pentru o perioadă scurtă de timp. Chiar este posibil să facă chiar o altă listă mentală de trei sau patru oameni. Cu toată speranța, să sperăm că în cele din urmă vor decide să înceteze să mai fie hărțuitori și să avanseze la nivelul de amatori.

Ai fi surprins să afli că aproximativ 80% dintre oamenii care se alătură vânzării în rețea abordează obiectivul construirii unei afaceri ca hărțuitori? Este adevărat. Opt din 10 distribuitori își abordează de la început afacerea cu mentalitatea hărțuitorului. Își fac o mică listă mentală și așteaptă să vadă ce se întâmplă. Niciodată nu stabilesc să își dezvolte abilitățile necesare. Datoria ta este să te asiguri că nu ești unul dintre aceștia și să-ți ajuți echipa să facă la fel. Educă oamenii! Ajută-i să înțeleagă cât de puternică poate fi această oportunitate dacă o

<sup>1</sup>)Prospectarea

tratează cu respect. Pentru hărțuitori, unica lor șansă reală este norocul, iar norocul ar face bine să apară cât mai repede.

Al doilea grup este cel al amatorilor. În locul unei mici liste mentale, acești oameni își fac o listă scrisă, care este un pas în direcția corectă. Să spunem că fac o listă cu 100 de posibili clienți. Pornesc cu entuziasm, însă fără prea multe abilități. Încep prospectarea, iar lista lor începe să se diminueze. Cu cât devine din ce în ce mai redusă, nivelul lor de anxietate crește din ce în ce mai mult. Teama lor cea mai mare este că rămân fără oameni cu care să vorbească. Știu că aceasta a fost cea mai mare frică a mea.

Pe la 20 de ani, lista mea nu era ceva cu care să mă laud. După cum am menționat, la început am încercat să folosesc contactele părinților mei, și nu mi-a luat mult să rămân fără nume. Curând, toate persoanele din jurul meu știau cu ce mă ocup, și au spus fie „da”, fie „nu”. A fost înfricoșător. Simțeam că dacă nu am oameni grozavi în lista mea, pe care să-i găsesc repede voi eșua în această afacere.

Niciodată nu am conștientizat că găsirea oamenilor de calitate pentru prospectare era o abilitate. Până la acest punct din cariera mea, întotdeauna am văzut „lista” ca un bilet spre bogăție. Dacă aveai o listă bună, reușeai, și dacă aveai una proastă, ori aveai noroc, ori eșuai.

Când am ajuns la momentul meu definitoriu și mi-am luat angajamentul să devin profesionist, am început să studiez oamenii care au construit organizații mari și de succes. Am descoperit că profesioniștii abordau găsirea oamenilor cu care să vorbească, ca pe o abilitate primordială. Era parte a meseriei lor să găsească oameni noi. Nu se bazau pe noroc. Nu se îngrijorau că vor rămâne fără oameni. Ei și-au dezvoltat abilitatea de a se asigura că asta nu se va întâmpla niciodată.

Profesioniștii au început cu o listă scrisă. Apoi și-au luat angajamentul de a nu înceta vreodată să suplimenteze lista. Au creat ceva numit „Lista activă a candidaților”, și îți voi arăta cum să faci la fel.

Unul dintre oamenii care m-au învățat cum să fac asta bine a fost Harvey Mackay, autor al unui bestseller colosal, *„How to Swim with the Sharks Without Being Eaten Alive”* (Cum să înoți cu rechinii fără să fii mâncat de viu). Harvey este un bun prieten și este de asemenea unul dintre cei mai buni relaționiști<sup>1</sup> de pe Glob. L-am întrebat odată cum a construit o listă de prieteni atât de mare și de influentă. Mi-a spus că la vârsta de 18 ani, tatăl său l-a luat deoparte și i-a spus: „Harvey, începând de azi, și pentru tot restul vieții tale, vreau să te împrietenești cu cât mai multe persoane, obține datele de contact și găsește o modalitate creativă de a păstra legătura.” El a făcut asta timp de 60 de ani, iar astăzi lista sa de prieteni însumează peste 12.000 de oameni. Iar aceștia nu sunt doar prieteni din social media<sup>2</sup>. Sunt prieteni adevărați, și mă consider norocos că sunt unul dintre ei.

Dacă dorești să perfecționezi această abilitate, urmează acești patru pași simpli:

**Pasul 1:** Fă ca lista ta de cunoștințe să fie cât mai cuprinzătoare. Include orice persoană care îți vine în minte. FIECARE persoană. Nu contează dacă crezi că pot fi prospektați sau nu. Lista ta de cunoștințe este cel mai important activ<sup>3</sup>. Toată lumea e trecută pe listă.

1) relaționiști: oameni care relaționează, își fac prieteni și-ți face plăcere să vorbești cu ei

2) social media: facebook, twitter etc.

3) activ: în termeni financiari poți traduce prin ceva care-ți aduce profit

Dacă sunt negativiști, trece-i pe listă. Dacă îi urăști, trece-i pe listă. Dacă sunt cei mai buni prieteni ai tăi, trece-i pe listă. Dacă au zis vreodată: „Nu am să fiu niciodată implicat în vânzarea în rețea”, trece-i pe listă. Dacă au 98 de ani, trece-i pe listă. Dacă au 18 ani, trece-i pe listă.

Este important să faci acest lucru, deoarece pe măsură ce îți golești mintea pe hârtie, îți va crea mai mult spațiu pentru contacte noi care să-și găsească loc acolo. Când îți scrii nepotul pe listă, vei începe să te gândești la cercul de oameni din jurul nepotului tău. Toate aceste conexiuni îți vor deveni vizibile pe măsură ce îți faci lista din ce în ce mai cuprinzătoare. Gândește-te la orice – fiecare organizație în care ai fost implicat, fiecare grup din care ai făcut parte, tot ce ai făcut vreodată. Dacă faci asta corect, vei finaliza să ai sute, sute și chiar mii de oameni.

Nu e necesar să prospectezi pe toți cei din lista ta. Asta ține de tine. Însă este extrem de important să faci munca necesară pentru a cuprinde într-adevăr pe hârtie rețeaua ta.

**Pasul doi:** Ai auzit de conceptul prin care toți suntem la distanță de doar 6 contacte față de orice persoană din lume? Șase grade de separare? Nu sunt sigur dacă este un mit sau dacă este adevărat, dar cred în acest concept. Pasul doi este să privești la lista ta pe care o ai și să te gândești la oamenii pe care aceștia îi cunosc – al doilea grad de separare. Sunt șanse să îi cunoști și tu pe majoritatea dintre ei.

Gândește-te la membrii familiei tale. Ei pe cine cunosc? Adaugă-i pe lista ta.

Gândește-te la prietenii tăi. Ei pe cine cunosc? Și adaugă-i pe lista ta. Gândește-te la toate relațiile din viața ta. Ei pe cine cunosc? Adaugă-i pe listă. Încă nu-ți fă griji

ce vei face cu această listă. Vorbim despre asta puțin mai târziu. Doar continuă să o construiești.

**Pasul 3:** Extinde-ți lista în mod constant. De aceea profesioniștii o numesc „Lista activă a candidaților”. Niciodată nu încetează să se mărească. Profesioniștii au țelul de a adăuga cel puțin doi oameni pe listă zilnic. E posibil să nu-i prospecteze, dar, după cum a spus tatăl lui Harvey Mackay, aceștia sunt trecuți pe listă, iar pentru tine este important să găsești o modalitate creativă să păstrezi legătura cu ei. Cartea lui Harvey, intitulată „Dig Your Well Before You’re Thirsty” (Sapă fântâna înainte de a-ți fi sete), tratează acest concept. Dacă te gândești la asta ca la o abilitate primordială, atunci realizezi că nu este foarte greu. Intri în contact cu oameni zilnic. Doar adaugă-i pe listă. Întâlnești oameni prin intermediul mediului online de socializare. Adaugă-i pe listă. Faci afaceri cu oameni noi. Adaugă-i pe listă.

Prietenul meu Jordan Adler este autorul cărții *Beach Money*, și este de asemenea un câștigător de șapte cifre anual în vânzarea în rețea. Este un profesionist al pasului al treilea. Doar își trăiește viața și își face mereu noi prieteni, și dacă te uiți la afacerea lui, majoritatea oamenilor pe care i-a recrutat în organizația sa imensă sunt oameni pe care nu-i cunoștea înainte de a-și începe afacerea în vânzarea în rețea. Este un profesionist.

Profesioniștii își dezvoltă un nivel înalt de vigilență. Sunt atenți la oameni. Ei știu că vor fi prezentați tot timpul unor oameni noi. Hărțuitorii și amatorii nici măcar nu observă. Doar își petrec ziua zicând: „Care oameni? Eu nu văd pe nimeni.”

Cât de greu ar fi să îți crești gradul de vigilență și să adaugi zilnic doi oameni noi? Gândește-te la asta. Dacă ai face asta șase zile pe săptămână, asta ar

însemna peste 600 de oameni noi într-un an. Fă asta timp de cinci ani și sunt peste 3.000 de oameni. Observi de ce profesioniștii nu se îngrijorează că vor rămâne fără persoane cu care să discute?

Te rog să înțelegi că NU spun că ar trebui să asaltezi acești oameni cu abordarea ta atunci când faci cunoștință cu ei. Unii oameni din vânzarea în rețea fac această greșeală și nu e bine. Doar adaugă-i pe listă, împrieteniți-vă, dezvoltati o conexiune, și când apare momentul potrivit îl puteți ajuta să înțeleagă ce aveți de oferit.

**Pasul 4:** Relaționare cu scop. Profesioniștii relaționează cu scop. Este dificil să întâlnești oameni noi dacă te ascunzi de lume. Ieși afară. Distrează-te. Mergi la o sală nouă de gimnastică. Distrează-te cu un nou hobby. Fă voluntariat pentru o cauză care este importantă pentru tine. Găsește locuri și organizații unde poți întâlni oameni noi. Nu doar că va fi bine pentru afacerea ta, dar îți vei face de asemenea prieteni grozavi.

## CAPITOLUL 5

### **Abilitatea # 2 – Invită-ți prospecții să înțeleagă produsul sau oportunitatea<sup>1</sup>**

Odată ce ai identificat prospecții, următoarea abilitate este învățarea invitației corespunzătoare pentru ca ei să afle mai multe despre produs, serviciu sau oportunitatea oferit(ă). Aceasta este de departe cea mai critică abilitate dezvoltată. Eu o numesc abilitate de „intrare” în vânzarea în rețea. Dacă nu ai succes în a învăța pe cineva să arunce o privire, atunci putem ghici cum va arăta viitorul tău în domeniul vânzării în rețea.

Majoritatea oamenilor cred că trebuie să începi cu o reputație grozavă și să ai multă influență asupra altora pentru ca aceștia să arunce o privire oportunității tale. Pur și simplu nu este adevărat. Când am început pentru prima oară în 1988, nu aveam nici reputație și nici influență. Abia scăpasem de liceu, urmasem un semestru la o facultate înainte să renunț, și am avut în total 18 locuri de muncă – toate înainte de a împlini 23 de ani. Crezi că aveam prea mult respect în cadrul comunității? Aveam zero. Din moment ce eram genul de persoană care câștiga 5 – 10 \$ pe oră, toți prietenii mei erau la fel, deci nu m-a ajutat prea mult. Majoritatea dintre ei încă locuiau cu părinții.

Însă eram disperat și bătaios. La început, compensam prin cifre ce îmi lipsea în abilități. Am sunat pe toți cei pe care îi știam și i-am abordat.

<sup>1</sup>)Invitația



Câțiva dintre aceștia s-au alăturat. Majoritatea nu. Am plasat reclame în ziarul local. Pe toți cei care mi-au răspuns i-am abordat. Din toată acea activitate, câțiva s-au alăturat. Majoritatea nu.

Am încercat tot. Eram ca un vânător cu scopul de a doborî un elefant. Dădeam târcoale cu o pușcă / oportunitatea în mână și împușcam tot ce mișca. Nu prea îmi păsa de relații. Tot ceea ce mă interesa era să obțin încă un recrut. Atitudinea mea era: „Unii vor fi de acord. Alții nu. Și ce dacă? Următorul!”<sup>1</sup>

Dar din cauză că eram un vânător, toți cei din jurul meu se simțeau vânați. Și au început să mă evite. Și nu era amuzant. Chiar mai rău, oamenii pe care i-am convins să se alăture afacerii mele au încercat și ei același lucru ca și mine, au eșuat și apoi au renunțat.

După trei sau patru ani de frustrare, am ajuns în momentul meu decisiv, și am început să studiez oamenii de succes din vânzarea în rețea pentru a vedea cum au procedat. Ceea ce am descoperit m-a surprins. Nu erau vânzători. Erau mai degrabă fermieri. Construiau relații. Construiau prietenii. Au învățat cum să clădească încredere cu oamenii pe care îi întâlneau și erau capabili să transfere cu pricepere părerea lor despre produse, servicii și oportunitate. Țelul lor nu era să își recruteze imediat prospecții. Obiectivul lor inițial era să își educe prospecții referitor la ce au de oferit și apoi să le permită acelor prospecți să decidă dacă era ceva ce ar dori să facă.

Aceasta a fost o schimbare IMENSĂ de strategie pentru mine și am început să observ diferită situația. M-am pus în locul prospecților și m-am gândit la ceea ce

1) Aluzie ironică la clasică expresie a lui Dale Calvert ce definește modul de lucru al vânzării în rețea ”de școală veche”. ( [http://www.youtube.com/watch?v=\\_JXWnfN5OOE](http://www.youtube.com/watch?v=_JXWnfN5OOE) – min 1’31” )

ar fi atractiv pentru mine și invers, ceea ce m-ar pune în defensivă.

Am realizat de ce profesioniștii au rezultate atât de grozave. În loc să acționeze ca rechinii, erau mai degrabă antrenori sau consultanți. Ei construiau relații și apoi ofereau soluții relevante pentru problemele oamenilor. Cui nu i-ar plăcea asta?

Celălalt lucru pe care l-am observat la profesioniști era că ei nu explicau tot despre produs, servicii și oportunitate. În schimb, la momentul potrivit, doar invitau oamenii să facă unul din următoarele două aspecte, în funcție de situația individuală a prospectilor.

Primul aspect pe care l-au făcut a fost invitarea oamenilor să participe la un fel de eveniment, cum ar fi o întâlnire unu la unu sau doi la unu cu un alt membru al echipei lor, o conferință telefonică cu trei persoane, o prezentare pentru un grup mic acasă la ei, o conferință web, o prezentare colectivă la un hotel local, la un seminar sau la o convenție mai mare a companiei. Profesioniștii înțeleg că interacțiunea umană este o componentă critică atunci când vine vorba de construirea încrederii și transferul părerilor, așa că încearcă să se conecteze cât mai mult posibil cu oamenii.

Al doilea aspect pe care l-au făcut a fost invitarea oamenilor să arunce o privire la un anumit tip de instrument. Sunt CU ADEVĂRAT convins că utilizarea acestor instrumente ajută la educarea unui prospect. Instrumentele iau diverse forme. Acestea pot fi CD-uri, DVD-uri, reviste, broșuri, site-uri web și prezentări online. Unele companii chiar permit oamenilor să testeze produsul, ca și cum ar fi un instrument.

Nu e nici o îndoială că tehnologia continuă să evolueze, oferind din ce în ce

mai multe modalități convenabile pentru a ajuta la educarea prospecților, însă atrag atenția la ceea ce am observat din experiență. În timp ce tehnologia ne permite cu rapiditate să le facem oamenilor legătura cu informații de calitate, nimic nu se compară cu un instrument fizic ( care implică interacțiunea umană ). Într-o lume cu bits și bytes, și într-o lume a vânzării în rețea unde e important să clădești încredere, un instrument fizic transformă totul în realitate.

Dintre cele două metode folosite pentru a ajuta la educarea prospecților, evenimentele sunt cele mai eficiente. Sunt multe motive. La întâlnirea cu oamenii există interacțiune fizică, și asta ajută la clădirea încrederii. Acesta este elementul important al „dovezii sociale”. Pentru prospect, este foarte important să vadă că sunt alți oameni implicați activ, și să descopere cum sunt acei oameni. Aici apare educația despre produs, servicii și despre oportunitatea financiară. Ei reușesc să vadă direct de la sursă tipul de sprijin care este implicat și realizează că nu vor trebui să facă nimic singuri. În majoritatea cazurilor, la aceste evenimente există încântare și foame pentru rezultat. Și ajung să audă povești despre cum se descurcă alți oameni.

Acestea sunt câteva dintre beneficii. Singurul dezavantaj al evenimentelor este că pot fi dificil de programat și de confirmat, mai ales pentru o persoană care e nouă în domeniu. Dacă nu ai abilitățile necesare, este des întâlnit să inviți douăzeci de oameni și să apară doar unul sau doi. Poate fi descurajant.

Pentru construirea unei organizații mari care să se multiplice, am descoperit că un instrument este un prim pas mai bun. Amintiți-vă, scopul nostru este educarea și înțelegerea. Dorim ca oamenii să știe ce avem și să înțeleagă cum pot obține beneficii pentru viețile lor. Un instrument este o modalitate grozavă pentru

ca oamenii să fie educați (și să sperăm încântați) în toiul vieților ocupate pe care le au. E posibil să nu aibă timp să conducă tot orașul pentru a se întâlni cu tine, însă ar putea asculta un CD în mașină, să vizioneze un scurt DVD, să citească o revistă sau să vizioneze o prezentare online.

Dacă ar fi să faci o retrospectivă a carierei mele, ai observa că instrumentele au schimbat totul pentru mine. În 1990, compania mea a scos un video care era dinamic și incitant. Chiar dacă era destul de scump, 15 \$ fiecare, atunci a meritat, deoarece după ce învățai cum să inviți oamenii să vizioneze acel material video, rezultatele erau excepționale.

Toți din companie au devenit concentrați pe o metodă zilnică de operare care avea scopul de a invita oameni să vizioneze materialul nostru video. Nu permiteam nici o distragere. Toată cultura noastră a reînviat cu această strategie, iar creșterea noastră a trecut prin acoperiș. Evenimentele încă erau foarte importante, dar erau un pas secundar după ce o persoană viziona materialul nostru video.

Prin adoptarea acestei noi abordări, organizația mea s-a desprins în sfârșit, și am putut să mă bucur de experiența de a avea un grup care creștea cu sau fără mine. Era mai amuzant decât aș putea descrie. Grupul meu a crescut de la câteva duzini la câteva sute și apoi la câteva mii. Tot ce am făcut a fost să învăț cum să invit cu succes oamenii să vizioneze un material video, urmat de o invitație la un eveniment, și să-i învăț pe toți ceilalți să facă același lucru.

A doua mare reușită a carierei mele a luat forma unei casete audio. Da, am spus casetă. Asta era în 1992 și asta era tot ce aveam. Compania lansa ceva nou și incitant, și de această dată am înregistrat personal un material audio în care explicam în detaliu această oportunitate. Le vindeam cu 50 de cenți bucata, care

acopereau costurile noastre, și în mai puțin de un an acea mică casetă audio s-a vândut în peste un milion de exemplare. Noi îi învățăm pe oameni cum să invite prospecții să ia acea casetă, să o pună în mașină și să o asculte imediat. Rezultatele au fost uimitoare.

Noi instruiam oamenii să ia 100 de casete pentru început, să le dea tuturor celor pe care îi cunoșteau și apoi să se concentreze pe împărțirea zilnică a altor 2 casete noi la necunoscuți. Folosind acel sistem simplu, venitul meu a crescut la aproape 1 milion \$ anual.

Diferite companii folosesc diferite instrumente și strategii pentru evenimente, cu scopul de a-și crește afacerile. Unii folosesc petreceri la domiciliu. Unii folosesc prezentări online. Unii folosesc întâlniri unu la unu cu reviste și flip-chart-uri. Află ce se potrivește cel mai bine companiei tale, dezvoltă-ți metoda zilnică de operare și apoi instruiește-ți oamenii să facă la fel în mod eficient și să-și invite prospecții să participe și ei.

În calitate de profesionist, vei invita prospecții să analizeze un instrument sau să participe la un eveniment. Iată ceea ce NU vei face: NU vei explica tot și NU vei încerca să uimești lumea cu inteligența ta. Această abordare îți hrănește egoul, însă fură bani din contul bancar.

Permite-mi să îți ofer formula pentru independența financiară în vânzarea în rețea:

*Abilitatea ta de a învăța un grup mare de oameni să facă în mod constant câțiva pași simpli pentru o perioadă mare de timp.*

Această formulă m-a ajutat să depășesc mediocritatea vânzării în rețea, și te va ajuta să faci la fel.

Timp de mai mulți ani, m-am concentrat și am depins de abilitatea mea persuasivă de ai face pe oameni să mi se alăture. Apoi am avansat la găsirea câtorva lideri-cheie pe care îi puteam instrui să facă ce făceam eu. Și în cele din urmă, am învățat formula pe care tocmai ți-am dat-o și am început să mă concentrez pe învățarea unui grup mare de oameni să facă în mod constant doar câțiva pași simpli și să-i facă mereu. Când s-a întâmplat acest lucru, totul s-a schimbat în mai bine.

Acestea sunt elementele de bază. Hai să ne rezervăm un moment pentru a vorbi despre emoțiile invitației. Există patru reguli de bază.

### **Regula numărul 1**

Este important să te detașezi emoțional de rezultat. Este extrem de important. Amintește-ți, țelul nostru inițial este educarea și înțelegerea. Nu este vorba de prospectarea unui client nou sau de înregistrarea unui nou distribuitor. Cu alte cuvinte, dacă te deconectezi emoțional de la acel rezultat, și te concentrezi doar pe educare și înțelegere, totul devine simplu.

Ușor de zis, greu de făcut. Toți intrăm în această afacere cu speranța de a recruta oameni grozavi. Este dificil să ne deconectăm de la acele așteptări. Dar trebuie să-ți amintești că nu suntem vânzători. Nu suntem rechini. Meseria noastră este să educăm oameni și să-i ajutăm să înțeleagă ce avem de oferit. Activăm ca și consultanți care oferă sugestii oamenilor despre trăirea unei vieți mai bune.

Dacă te concentrezi pe înregistrarea unui client sau a unui nou distribuitor, vei fi dezamăgit în mod constant și descoperi că prospecții fug de tine.

Dacă te concentrezi pe educare și înțelegere, te vei distra, iar prospecții tăi vor savura această experiență.

## **Regula numărul 2**

Fii tu însuși. Prea multe persoane devin altcineva atunci când încep să invite oameni. Asta face ca toată lumea să se simtă incomod. Fii tu însuși. Concentrează-te doar să dai ce e mai bun din tine.

## **Regula numărul 3**

Adu ceva pasiune. Entuziasmul este contagios. Este în regulă să fii puțin înflăcărat. Concentrează-te. Ascultă niște muzică care te inspiră. Zâmbește atunci când vorbești la telefon. Te asigur, emoția ta pozitivă se transpune în rezultate mai bune.

## **Regula numărul 4**

Adoptă o atitudine corectă. Asta a fost ceva mare pentru mine. La început, eram atât de nesigur. Nu credeam că mă va lua cineva în serios. Dar m-am uitat la profesioniști, le-am observat atitudinea. Erau fermi. Erau preciși. Erau încrezători.

Așa că am decis să fiu și eu ferm. Am încetat să mă scuz mereu. În loc să afirm: „Da, știu că am avut o mulțime de locuri de muncă până acum, dar sper ca aceasta să fie schimbarea pe care o așteptam”, am început să spun: „Ghici ce? M-am săturat de viața pe care am trăit-o până în acest punct, și am decis să preiau controlul. Dacă ar fi să mă ascult, chiar m-aș lua în serios.” Simți diferența?

Fii tu însuși, dar fii un tu mai ferm. Fii tu însuși, dar fii un tu mai puternic. Fii tu însuși, dar fii un tu mai încrezător – cel puțin când inviți oameni. Am descoperit că puteam face asta pentru perioade scurte de timp la început, și la fel cum dezvoltai un nou mușchi, într-un final puteam face asta din ce în ce mai mult, până a devenit o parte din mine.

Acum, fiindcă am pregătit scena, hai să trecem prin formula de invitație. Formula este creată ca să fie folosită în apeluri telefonice sau față în față. NU va fi folosită pentru mesaje, email-uri sau orice alt canal de comunicare – doar în apelurile telefonice sau față în față. Aceasta poate funcționa atât prospectii pieței calde( cineva deja cunoscut ) cât și cu prospectii pieței reci ( cineva întâlnit în timp ce-ți trăiești viața ). Îți voi da exemple pentru ambele.

Există opt pași către o invitație profesionistă. Ar putea părea complicat, însă cu puțină practică, vei descoperi că este o abilitate ușor de perfecționat.

**Pasul 1:** Fii grăbit

**Pasul 2:** Complimentează prospectul

**Pasul 3:** Invită



**Pasul 4:** Dacă eu aş ... tu ai ...?

**Pasul 5:** Confirmarea #1 – Obține o oră

**Pasul 6:** Confirmarea #2 – Confirmă ora

**Pasul 7:** Confirmarea #3 – Programează următorul apel

**Pasul 8:** Finalizează apelul

### **Pasul 1: Fii grăbit**

Aceasta este o punte psihologică. Întotdeauna oamenii sunt mai atrași de o persoană care are ceva de făcut. Dacă începi fiecare apel sau conversație față în față dând impresia că ești grăbit, vei descoperi că invitațiile tale vor fi mai scurte, vor exista mai puține întrebări, mai puțină rezistență, iar oamenii vor fi mai respectuoși cu tine și cu timpul tău.

Exemple pentru prospecții pieței calde:

„Nu am prea mult timp la dispoziție să vorbim, dar pentru mine a fost foarte important că am dat de tine”.

„Am o mulțime de lucruri de făcut, dar mă bucur că te-am prins.”

„Am un milion de treburi de făcut, dar trebuia să vorbesc cu tine urgent”.

Exemple pentru prospecții pieței reci:

„Acum nu e momentul să intrăm în detalii, și trebuie să plec, dar ... „

„Mă grăbesc, dar ...”

Ai prins ideea? Stabilește-ți tonul vocii pentru o urgență.

Cât despre exemplele pe care le împărtășesc cu tine, nu te îngrijora prea mult de cuvintele exacte. Doar concentrează-te pe concept și folosește propriile cuvinte. Anunță oamenii că ești ocupat, că ai o mulțime de treburi de făcut și că timpul tău este scurt, dar că a fost important pentru tine să vorbești cu ei urgent. Și fă asta cu puțină pasiune în voce.

## **Pasul 2: Complimentează prospectul**

Aici e partea crucială. Complimentele sincere (și trebuie să fie sincere) deschid ușa comunicării reale, iar prospectul va fi mai dispus să asculte ce ai de zis.

Exemple pentru prospecții pieței calde:

„Ești un om de succes și întotdeauna respect felul în care faci afaceri.”

„M-ai sprijinit mereu și apreciez foarte mult asta.” (Foarte potrivită familiei și prietenilor apropiați)

„Îți merge mintea la afaceri, și poți observa detalii pe care alți oameni nu le observă.”

„De când te știu, m-am gândit că ești cel mai bun în ceea ce faci”.

Exemple pentru prospecții pieței reci:

„Mi-ai oferit unele dintre cele mai bune servicii pe care le-am primit vreodată”.

„Ești foarte isteț. Îmi permiți să te întreb cu ce te ocupi”?

„Ai făcut din asta o experiență fantastică”.

Cheia complimentului este că trebuie să fie sincer. Găsește ceva ce poți folosi în mod onest pentru a complimenta prospectul și pune-l în practică. Acest mic pas pur și simplu va dubla rezultatele invitației. Atunci când începi în grabă și cu un compliment, devine foarte dificil pentru o persoană să reacționeze negativ invitației tale. Oamenii nu aud foarte des complimente. Îți dă o senzație de bine. Vei descoperi că prospecții tăi vor deveni foarte receptivi.

Dacă studiezi profesioniștii, vei descoperi că în mod constant au grijă ca oamenii să se simtă bine, prin complimentări oneste și sincere. Ajută la construirea raportului, ajută oamenii să își deschidă mintea și cel mai mult ajută să ne atingem țelul de educare și înțelegere.

### **Pasul 3: Invită**

Aceasta este o situație în care aceeași mărime NU se potrivește tuturor. Sunt trei tipuri de abordare a invitației pentru profesioniștii vânzărilor în rețea.

#### **Abordarea directă**

Aceasta este folosită atunci când inviți oamenii să învețe mai multe despre o oportunitate pentru EI. Majoritatea oamenilor folosesc o abordare directă pentru toți prospecții. De obicei sună cam așa: „Am descoperit o modalitate prin care te poți îmbogăți! Permite-mi să îți povestesc tot. Bla, bla, bla.” Înțeleg pasiunea, dar serios, cine se va entuziasma de asta, doar dacă primesc un apel de la un milionar?

Asta nu înseamnă că abordarea directă nu funcționează. Funcționează. Are un rol important în procesul invitației tale. Dar ar trebui rezervată oamenilor care te cunosc și care te respectă sau oamenilor despre care știi că sunt în căutare de ceva mai bun.

Exemple pentru prospecții pieței calde:

„Atunci când mi-ai spus (că îți urăști locul de muncă, că ai nevoie de mai mulți bani, că dorești să-ți găsești o casă nouă, etc.), vorbeai serios sau doar glumeai? (Aproape întotdeauna îți vor spune că vorbeau serios). Grozav! Cred că am descoperit o cale (să o găsești / să rezolvi problema / să se întâmple asta).” Acestea sunt pentru situațiile în care cunoști nemulțumirile lor, a necesității sau a dorinței.

„Cred că am găsit o modalitate pentru noi să ne creștem rulajul de bani”.

„Când mă gândeam la oameni care ar putea face o avere cu afacerea pe care am descoperit-o, m-am gândit la tine.”

„Încă mai ești în căutarea unui loc de muncă (sau a unui loc de muncă diferit)? Am găsit o modalitate pentru amândoi să începem o afacere grozavă fără riscuri.”

„Permite-mi să te întreb ceva, așa între noi. Dacă ar fi o afacere în care să începi să lucrezi part-time, de acasă, care ar putea înlocui venitul pe care îl obții full-time, te-ar interesa?”

Exemple pentru prospecții pieței reci:

„Te-ai gândit vreodată să-ți diversifici venitul?”

„Păstrezi deschisă lista cu opțiunile carierei tale?”

„Ai de gând să faci ce faci acum pentru restul carierei tale?”

Puteți folosi aceste scenarii sau orice variații pentru piața rece, adăugând: „Am ceva care te-ar putea interesa. Acum nu e momentul să aprofundăm, însă ...”

## **Abordarea indirectă**

Acesta este un alt instrument puternic pentru a ajuta oamenii să treacă peste

rezistența inițială și pentru a-i educa referitor la ceea ce ai de oferit. Abordarea indirectă înseamnă să ceri ajutorul prospectului, informații sau îndrumare din partea prospectului. Când am început, am folosit din plin această abordare, cu foarte mare succes. Din cauza lipsei de credibilitate la vârsta de 23 de ani, nu puteam obține prea mult succes cu o abordare directă, așa că am învățat să fiu modest și să hrănesc egoul prospectului. A funcționat incredibil de bine și încă mai funcționează și astăzi.

Exemple pentru prospecții pieței calde:

„Tocmai am început o nouă afacere și sunt foarte agitat. Înainte de a continua,este important să exersezi cu un prieten. Te-ar deranja dacă aș exersa cu tine?” (Aceasta este o abordare GROZAVĂ pentru familie și prieteni apropiați).

„Am descoperit o afacere de care sunt foarte încântat, dar ce știu eu? Tu ai așa multă experiență. Crezi că ai putea să arunci o privire pentru mine și dacă ți-aș ușura accesul la informații, și apoi să îmi spui dacă ești de părere că fac mutarea corectă?”

„Un prieten mi-a spus că cel mai bun lucru pe care l-aș putea face când încep o afacere este ca oamenii pe care îi respect să arunce o privire la aceasta și să îmi ofere puțină încredere. Ai fi dispus să faci asta pentru mine dacă ți-aș ușura accesul la informații?”

Exemple pentru prospecții pieței reci:

Când te întâlnești cu cineva din alt oraș, stat sau altă țară, și dacă firma ta face afaceri acolo, poți spune:

„Firma mea se extinde în zona ta. Ai putea să-mi faci o favoare și să te uiți puțin la ea și să îmi spui dacă ești de părere că ar funcționa unde locuiești tu?”

Când te întâlnești cu cineva care ar putea oferi păreri folositoare produsului tău, poți spune:

„Am început o afacere cu un produs despre care cred că este util, însă aș dori o părere din partea ta. Ai fi dispus să-l testezi și să îmi spui părerea ta?”

### **Abordarea super-indirectă**

A treia abordare este abordarea super-indirectă. Această abordare este incredibil de puternică deoarece funcționează pe mai multe niveluri psihologice. În cadrul acestei abordări, îi spui prospectului că nu e un prospect și că ești doar interesat să descoperi dacă știe pe altcineva care ar putea beneficia de afacerea ta. Este foarte eficientă.

Exemple pentru prospecții pieței calde:

„În mod cert, afacerea în care sunt implicat nu este pentru tine, însă aș dori să te

întreb pe cine știi ambițios, motivat financiar, și care ar fi încântat de ideea suplimentării veniturilor sale? ”

„Cunoști pe cineva care ar putea căuta o afacere puternică pe care ar putea-o conduce de acasă?”

„Pe cine cunoști care a dat cu capul de pereți cu afacerea sa și ar căuta o modalitate să-și diversifice veniturile?”

„Colaborez cu o companie care se extinde în această zonă și caut oameni isteți care ar putea fi interesați de rulaj suplimentar de bani. Cunoști pe cineva care s-ar putea încadra în această descriere?”

În majoritatea cazurilor, aceștia vă vor solicita mai multe informații înainte de a vă da vreun nume (în spatele acelei solicitări va fi curiozitatea și intriga, gândindu-se că asta s-ar putea potrivi pentru ei, dar nu vor recunoaște asta încă).

Când îți solicită mai multe informații, le poți răspunde astfel:

„Are sens. Vei dori să afli mai multe despre aceasta înainte să îmi dai câteva recomandări.” Apoi puteți pur și simplu să treceți la pasul 4.

Exemple pentru prospecții pieței reci:

În privința abordării super-indirecte, abordarea prospecților pieței reci este aceeași ca și abordarea prospecților pieței calde. Doar folosește scenariile pieței



calde sau orice variație cu care te simți confortabil.

#### **Pasul 4: Dacă eu ... tu ai ...?**

Această întrebare a fost arma mea secretă foarte mult timp. Este de departe cea mai puternică frază de abordare pe care am folosit-o în timp ce mi-am construit o afacere mare și de succes în vânzările în rețea.

„Dacă îți dau un DVD, îl vizionezi?”

„Dacă îți dau un CD, îl asculți?”

„Dacă îți dau o revistă (sau orice alt material tipărit), o citești?”

„Dacă îți dau link-ul unui site cu o prezentare completă, îl accesezi?”

„Dacă te invit la un conferință web, dorești să participi?”

„Dacă te invit la o conferință telefonică cu acces pe bază de invitație specială, o asculți?”

Această întrebare este FOARTE PUTERNICĂ, din mai multe motive.

În primul rând, este reciprocă. Spui că vei face ceva, dacă și ei fac ceva. Ca ființe umane, suntem concepuți să răspundem pozitiv la aceste tipuri de situații.

În al doilea rând, te pune într-o poziție de putere. Deții controlul. Nu te rogi. Nu ceri favoruri. Pur și simplu oferi un schimb de valoare.

Și, în al treilea rând, acest lucru presupune că TU ai ceva valoros de oferit.

Spui că vei face ceva, numai dacă cealaltă persoană face ceva în schimb. Atunci când prețuiești ceea ce ai, oamenii te vor respecta.

Când am început prima dată, nu cunoșteam această întrebare magică. Pur și simplu spuneam lucruri de genul: „Îmi doresc foarte, foarte, foarte mult să vizionezi materialul meu video, să încerci produsul meu, să asculți acest CD, etc.” Vă puteți imagina rezultatele. Întreaga psihologie a acestei abordări este slabă. Dacă folosești „Dacă eu..., atunci tu ...?”, ai o conversație de afaceri. Dacă folosești „Îmi doresc foarte, foarte, foarte mult ca tu ...”, acum pari disperat, iar un distribuitor disperat NU este atractiv. Dacă ai folosit această abordare, deja știi despre ce vorbesc.

„Dacă eu..., atunci tu ...?” are rezultate. Determină oamenii să spună „da”. Ajută prospecții să vadă într-o lumină diferită ceea ce avem. Amintiți-vă, țelul nostru este educarea și înțelegerea. „Dacă eu ..., atunci tu ...?” ne ajută să ne îndeplinim țelul.

Dacă ai început apelul în grabă, ai complimentat prospectul, ai adresat invitația și ai întrebat „Dacă eu ..., atunci tu...?”, răspunsul lor va fi „da” în 100% din cazuri, și poți trece la pasul 5.

Dacă întâi vă solicită mai multe informații, doar răspundeți cu: „Înțeleg că dorești mai multe informații, dar tot ceea ce cauți este pe DVD, CD, articolul tipărit, link, etc. Cea mai rapidă cale pentru ca tu să înțelegi cu adevărat despre ce vorbesc va fi să analizezi acel material. Dacă ți-l ofer, îl analizezi?”

Dacă spun „nu”, mulțumește-le pentru timpul lor și mergi mai departe. De asemenea, evaluează pașii de la 1 la 3 pentru a observa ce ai putea îmbunătăți. Dar

NU le oferi materialul.

Deci ai trecut prin primii 4 pași și persoana a spus „da”! Succes! Au fost de acord să analizeze instrumentul tău! Asta înseamnă că vor face ce au spus? Nu. De fapt, doar aproximativ 5% dintre prospecții tăi vor face ceea ce spun că vor face dacă folosești doar primii patru pași – iar 5% nu este o cifră mare. Pentru a te apropia de 80%, este important să finalizezi profesionist procesul invitației.

### **Pasul 5: Confirmarea #1 – Obține o oră**

Ai întrebat: „Dacă eu ..., atunci tu ...?”, iar ei au răspuns „da”. Următorul pas este să obții o oră.

„Când crezi sigur că reușești să vizionezi DVD-ul?”

„Când crezi sigur că reușești să asculți CD-ul?”

„Când crezi sigur că reușești să citești revista?”

„Când crezi sigur că reușești să accesezi link-ul?”

Nu sugera ora pentru ei. (Aceasta este o altă greșeală pe care o făceam la începutul carierei). Doar adresează-le întrebarea și așteaptă ca ei să îți răspundă. Această întrebare îi face să se gândească la programul și angajamentele lor, să găsească un loc pentru a analiza instrumentul tău, și să ți-l comunice. Cu alte cuvinte, face ca totul să pară real.

Când ai întrebat prima dată „Dacă eu ..., atunci tu...?” și ei au răspuns „da”, era un “da, într-o zi”. Când obții o oră, începe să fie real. Singurul lucru care

contează este ca ei să-ți zică o oră. Nu contează ce oră este. Permite-le să se gândească la programul lor și să-ți transmită când vor vedea sigur materialul.

În aproximativ 90% dintre cazuri, îți vor da un răspuns. În restul de 10% dintre cazuri, vor fi vagi, spunând ceva de genul: „Voi încerca să fac asta la un moment dat”. Dacă procedează astfel, atunci spune-le: „Nu vreau să irosesc timpul tău și nici pe al meu. De ce să nu stabilim o oră când sigur îl vei fi văzut?” Amintiți-vă, la pasul 4 au spus deja că îl vor analiza. Aceasta este doar confirmarea orei.

Cheia pentru toate acestea este că ei deja au spus „da” de două ori – prima dată când au răspuns la întrebarea „Dacă eu ..., atunci tu ...?”, și a doua oară când ai obținut o oră de la ei.

Deci acum poți să-i dai instrumentul, corect? Greșit. Încă nu ai terminat. Profesioniștii își mai rezervă câteva secunde pentru a parcurge alți câțiva pași înainte de finalizare.

## **Pasul 6: Confirmarea #2 – Confirmă ora**

Dacă îți spune că va viziona DVD-ul până marți seara, răspunsul tău ar trebui să fie ceva de genul: „Deci, dacă te sun miercuri dimineață, sigur îl vei fi văzut, da?” Dacă spune că va asculta CD-ul până joi dimineață, răspunsul tău ar trebui să fie: „Deci, dacă te sun joi ceva mai târziu, sigur îl vei fi văzut, da?” Dacă spune că va accesa link-ul până la data de 01 iulie, răspunsul tău ar trebui să fie: „Deci, dacă te sun pe data de 02 iulie, sigur te vei fi uitat la el, da?”

Fie îți vor răspunde în mod natural „da”, fie vor ajusta ușor momentul. În orice caz, semnificația pasului 6 este că până acum au confirmat de trei ori și că acum sunt șanse mult mai mari să facă ceea ce au spus— și, cheia este: aceasta nu este o programare stabilită de tine.

Este o programare *stabilită de ei*.

Ei au spus că vor analiza materialele, ei fac asta până la un moment anume și, dacă îi suni după aceea, vor fi analizat materialele. Ai adresat întrebările. Răspunsurile lor fac programarea.

### **Pasul 7: Confirmarea #3 – Programează următorul apel**

Acest pas este simplu. Doar întreabă: „La ce număr și când ar fi mai potrivit să te sun?” Ei îți vor spune ceea ce funcționează cel mai bine pentru ei, iar acum ai o programare reală. Tot ceea ce este important să faci este să te asiguri că îi suni atunci când ai spus că vei suna.

Au spus „da” de patru ori. Toată invitația a durat câteva minute, iar șansele tale de a-ți atinge țelul de educare și înțelegere a trecut de la 5% la aproximativ 80%.

## **Pasul 8: Finalizează apelul**

Amintește-ți, ești grăbit, corect? Imediat ce ai confirmat programarea, cel mai bun lucru pe care îl poți spune cuiva este ceva de genul: „Grozav, vom discuta atunci. Trebuie să plec!”

Prea mulți oameni fac programarea și apoi o distrug vorbind, vorbind și iar vorbind. Amintește-ți, țelul nostru este educarea și înțelegerea și vom lăsa partea terță, adică instrumentul, să facă aproape toată treaba.

Aici ai câteva exemple din toți cei opt pași:

O persoană despre care știi că își urăște locul de muncă – abordare directă

„Bună, nu am prea mult timp să vorbim, dar era foarte important să dau de tine. Ascultă, ești una dintre persoanele cu inteligență financiară din câte cunosc și întotdeauna respect asta la tine. Când mi-ai spus că ție chiar nu-ți place locul tău de muncă, vorbeai serios sau doar glumeai?” (Va spune că vorbea serios).

„Grozav, cred că am găsit pentru tine o modalitate prin care să-ți faci un plan ca să scapi din asta. Am un CD care descrie mai bine ca mine despre ce vorbesc. Dacă îți dau acest CD, o să îl asculți?” (Va spune „da”).

„Când crezi că ai putea sigur să-l asculți?” (Va spune marți). „Deci, dacă te sun miercuri dimineață, îl vei fi ascultat da?” (Va spune „da”).

„În regulă, te contactez atunci. „La ce număr și când ar fi mai potrivit să te sun?” (Îți oferă informațiile).

„Am notat. Vom discuta atunci. Trebuie să plec..Și mulțumesc!”

Un bun prieten – abordare indirectă

„Bună, tocmai ieșeam pe ușă, dar trebuia să vorbesc cu tine urgent. Ai o secundă? Grozav. Ascultă, întotdeauna m-ai încurajat și apreciez asta foarte mult.

„Tocmai am început o nouă afacere și sunt foarte agitat. Înainte de a continua, este important să exersezi cu un prieten. Ești de acord să exersezi cu tine?”  
(Va spune „bineînțeles”)

„Grozav! Dacă îți dau un DVD care expune informațiile într-o manieră profesionistă, te uiți la el” (Va spune „da”).

„Durează aproximativ 15 minute. Când crezi sigur că l-ai putea viziona?”  
(Va spune „Joi”).

„Deci dacă te sun vineri dimineață, sigur îl vei fi văzut da? Fantastic, la ce număr și când ar fi mai potrivit să te sun?” (Îți oferă informațiile solicitate).

„Am notat. Vom discuta atunci. Trebuie să plec și mulțumesc!”

O persoană de mare succes – abordare super-indirectă

„Știu că ești ocupat, și am și eu un milion de treburi de făcut dar mă bucur că te-am prins. Ai mare mare succes și am respectat mereu felul în care faci afaceri.”

„Recent am început ceva nou și caut câțiva oameni isteți. În mod cert, nu este pentru tine, însă aș dori să te întreb pe cine știi ambițios, motivat financiar, și care ar fi încântat de ideea de a-și mări semnificativ rulajul de bani?” (Va răspunde că știe câțiva oameni).

„Înțeleg că dorești să afli mai multe despre asta înainte de a-mi da câteva recomandări. Am un DVD care explică exact ceea ce fac și ce fel de oameni caut. Este scurt și la obiect.”

„Dacă îți trimit unul, îl analizezi?” (Va spune că da). Mulțumesc. „Când crezi că sigur îl vei fi vizualizat?” (Va spune că luna viitoare).

„Ok, deci dacă te sun marțea viitoare, sigur îl vei fi vizualizat da?”

„Ok, te contactez atunci. La ce număr și când ar fi mai potrivit să te sun?” (Îți oferă informațiile solicitate). „Ok, grozav. Mulțumesc din nou, apreciez foarte mult. Vorbim marțea viitoare.”

Un prospect al pieței reci care a făcut o treabă bună vânzându-ți ceva – abordare directă

„Acum nu e momentul potrivit să aprofundăm, și mă grăbesc, dar ești o persoană super isteță și întâmplarea face că sunt în căutare de câțiva oameni isteți. Ai de gând să faci ceea ce faci acum pentru restul carierei tale?” (Va spune că nu).

„Bine. Am ceva care te-ar putea interesa. Acum nu e momentul să aprofundăm, însă am un DVD care explică totul foarte detaliat. Dacă ți-l dau, îl



vizionezi?” (Va spune că da). „Când crezi că sigur îl poți viziona?” (Va spune duminică).

„Deci, dacă te sun luni, sigur îl vei fi vizionat da?” (Va spune da). „Foarte bine, ne auzim atunci. La ce număr și când ar fi mai potrivit să te sun?” (Îți oferă informațiile solicitate).

„Ok, poftim. Îți mulțumesc încă o dată pentru serviciile excelente și vorbim curând.”

Simți fluxul funcționării la toate acestea? Evident, există multe variații posibile pentru diferite tipuri de prospecți, însă sper că aceste exemple te ajută să înțelegi cum se leagă totul.

Referitor la scenarii, mai bine este să extragi conceptele de bază și să nu te concentrezi prea mult pe scenariul exact. Viața nu funcționează în acest mod. Dar dacă înveți să lași prospecții tăi să știe că ești grăbit, apoi să îi complimentezi, apoi să îi inviți, apoi să oferi un instrument prin: „Dacă eu..., atunci tu ...?”, și apoi confirmi folosind procesul pe care l-am descris, și la urmă închizi apelul ca să finalizezi invitația, te vei descurca bine.

Amintește-ți, în recrutare nu există experiențe bune sau rele – doar experiențe de învățare. De-a lungul călătoriei tale de a deveni profesionistul vânzărilor în rețea, cel mai bun lucru care ți se poate întâmpla este să-ți dezvolti abilitățile de a recruta la cerere, în orice situație. Astfel nu te mai îngrijorezi niciodată dacă ești norocos. Deci practică, practică, practică.

1)Prezentarea

## CAPITOLUL 6

### **Abilitatea #3 Prezentarea produsului sau oportunității prospecților tăi<sup>1</sup>**

Am vorbit despre primele două abilități: prospectarea și invitația lor ca să afle mai multe despre produsul sau oportunitatea oferit(ă) de tine. După cum ai învățat, îi vei invita să analizeze un instrument sau să participe la un fel de eveniment.

Dacă au analizat un instrument singuri și tu nu ai fost în preajmă, nu poți face nimic. Doar monitorizează după cum ai spus că vei face. Dacă, fizic, ești lângă ei este important să înțelegi unele aspecte, iar unul dintre cele mai importante este că nu TU ești problema!

A fost dur pentru mine să accept asta. Când am început pentru prima dată, am citit tot ce am putut, am ascultat tot ce puteam asculta și am participat la toate sesiunile de training la care puteam participa. Credeam că cel mai important lucru de făcut era să devin expert în toate amănuntele asociate companiei mele, astfel încât dacă cineva mă întreba orice, aș fi avut răspunsul pregătit. Pare logic, nu-i așa?

M-aș fi oprit și aș fi spus: „Îți explic EU TOT despre produsele noastre. Lasă-MĂ pe mine să-ți spun totul despre compania noastră. Permite-MI să-ți spun totul despre planul de marketing. Permite-MI să-ți spun totul despre sistemul nostru incredibil de suport.”<sup>1</sup>

1)Sistemul de suport înseamnă programul de duplicare,programul de instruire sau orice altă modalitate suportivă oferită de companie.

Sunt mari probleme cu această abordare dacă dorești să construiești o organizație mare și de succes. Pentru mine, prima problemă era că indiferent cât de mult învățam, încă mai erau întrebări care mă blocau. Și din vreme ce mă prezentam ca fiind expertul, dacă mă blocam, asta putea determina prospectul să pună la îndoială întreaga oportunitate.

A doua problemă era că majoritatea prospecților mei știau că nu eram expert. Așa că atunci când mergeam la ei și mă prezentam ca persoană cu autoritate, ei știau că nu este adevărat. De fapt, deveneau mai sceptici.

A treia problemă era, că deși aveam succes în a deveni expert, ceilalți distribuitori nu aveau neapărat aceeași dorință și ambiție de a învăța. Ca urmare, eram cel la care apelau toți pentru fiecare prezentare. Nu ai cum să creezi o organizație care se va duplica, iar fără duplicare, vânzarea în rețea este doar un loc de muncă.

La început, atât reprezenta vânzarea în rețea pentru mine – un loc de muncă. Nu m-am duplicat din cauză că eu m-am complicat. Dar am fost hotărât, și am început să observ și să notez cu atenție cum fac expunerile de informații cei mai de succes distribuitori.

Profesioniștii nu se complică niciodată. Mai mult decât atât, niciodată nu se prezintă ca experți. Acționau ca și consultanți care făceau legătura dintre prospecți și instrumente, evenimente sau alți distribuitori, pentru a-i educa.

Dacă prospectul întreba ceva, îl ghida spre răspuns, dar niciodată nu oferea răspunsul direct.

Asta mă deruta până când am început să înțeleg duplicarea. Profesioniștii știau că pot înregistra persoane amețindu-le prin cunoștințe și experiența lor, dar știau de asemenea că va dura mult timp până când distribuitorul nou face la fel, astfel încât au venit cu o abordare simplă.

Am auzit conceptul care a rămas cu mine de atunci:

**În vânzarea în rețea, nu contează ce funcționează. Contează doar ceea ce se copiază.**

Acesta ar trebui să fie un principiu călăuzitor pentru toți profesioniștii vânzării în rețea.

În loc să folosească propria înțelepciune, profesioniștii folosesc instrumente. În loc să folosească propriile prezentări, profesioniștii folosesc evenimente în direct. Profesioniștii folosesc alți distribuitori care să prezinte faptele, în loc să prezinte ei personal. Profesioniștii nu se prezintă ca experți; ei doar invită oamenii să învețe mai multe despre produs sau oportunitate și permit instrumentelor să ofere informațiile. Profesioniștii aduc pasiune, entuziasm, încântare, și credibilitate. Dacă observi vreodată un profesionist lucrând, vei observa în el un foc care este contagios. Fă ca pasiunea, entuziasmul, încântarea și credibilitatea să devină prioritatea ta, apoi invită profesionist și lasă instrumentele să facă restul.

Pe lângă învățarea prezentării eficiente a produsului sau a oportunității, în timpul eforturilor personale de recrutare, de asemenea este important să înveți cum să prezinți oportunitatea ta pentru grupuri de persoane.

Am auzit că se spune (și cred că este adevărat) că „Persoana cu ”marker-ul”<sup>1</sup> câștigă banii”.

Cu alte cuvinte, persoana care face prezentarea în fața sălii are de obicei un venit peste medie. Când am început pentru prima dată, îmi era frică ca de moarte să vorbesc în fața oamenilor, dar eram ambițios și, din moment ce toată lumea spunea că era o abilitate importantă, m-am hotărât să o perfecționez.

Am început prin a învăța cum să ofer un testimonial scurt și eficient. Să învăț să spun povestea personală a fost un lucru extrem de valoros în construirea afacerii mele și este și în prezent. Oamenii nu sunt interesați de cât de multe știi, dar SUNT interesați de povestea ta, atât timp cât nu-i plictisești de moarte cu ea.

Am lucrat pentru un timp la povestea mea și, după ce am finisat-o o dată sau de două ori, iată la ce am ajuns: „Bună! Numele meu este Eric Worre și am renunțat să fiu o persoană cu performanțe slabe. Până la vârsta de 23 de ani, am avut 18 locuri de muncă și începeam să cred că viitorul meu nu arată prea bine. Eram stânjenit de lipsa de rezultate și eram disperat să găsesc o modalitate de a face ceva cu viața mea. În ianuarie 1988, mi s-a prezentat vânzarea în rețea și asta mi-a schimbat viața. În loc să îmi fie teamă de viitor, acum sunt încântat de el.” (Și apoi inseram orice era potrivit în acel moment pe baza nivelului de succes pe care îl aveam).

Tema poveștii mele era că, dacă eu am reușit, oricine poate reuși. Și a funcționat. O foloseam mereu. La întâlnirile de la hotel, la întâlnirile de acasă, la conferințele telefonice cu trei persoane, la apeluri video – oriunde vrei.

Indiferent care este trecutul tău, poți modela o poveste personală captivantă. Am descoperit că orice poveste bună are patru elemente:

1) Persoana cu „marker-ul”: persoana care prezintă în fața unui grup de oameni, sau face o prezentare colectivă.

1. Trecutul tău
2. Ce nu ți-a plăcut în trecutul tău
3. Modul în care vânzarea în rețea sau compania ta ți-a oferit altă perspectivă
4. Rezultatele și așteptările tale referitoare la viitor.

Acordă-ți timp pentru crearea poveștii tale și începe să o spui cu fiecare ocazie.

Apoi am decis să perfecționez prezentarea oportunității companiei mele. Din nou a intrat în joc conceptul de modelare din partea oamenilor de succes. Cel care câștiga cel mai mult din compania mea era extrem de puternic și eficient. În plus, făcea aceeași prezentare de fiecare dată, aproape cuvânt cu cuvânt. Prin urmare, i-am înregistrat prezentarea și am transcris-o de mână pe un carnețel. Când am finalizat acest pas, mi-am înregistrat vocea făcând acea prezentare. Am copiat cuvânt cu cuvânt. Aceleași povești, aceleași glume – totul era exact ca în prezentarea lui.

După ce am terminat, am ascultat din nou și a fost groaznic! Vocea mea nu avea nici o energie. Eram plictisitor. Uram acea prezentare. Așa că am înregistrat-o din nou și iar din nou până a fost acceptabilă. La final, aveam o casetă audio cu prezentarea, pe care o ascultam din nou și iar din nou în mașină. Pun pariu că am ascultat prezentarea mea de peste 500 de ori, și până în acel moment o memorasem. O știam de la cap la coadă și de la coadă la cap. Puteam să încep de la orice parte a prezentării și să continui de acolo.

M-a uimit ce încredere mi-a dat. Am trecut de la a-mi fi teamă să fac prezentarea, la căutarea activă de oportunități pentru a o reproduce! Am făcut prezentarea la conferințe telefonice, la întâlnirile de acasă, la conferințele telefonice cu trei persoane, și în orice loc pe care îl găseam. Am devenit un prezentator obișnuit al întâlnirilor noastre locale și am continuat să avansez la locuri de întâlnire tot mai mari și tot mai bune, fiind rugat chiar să vorbesc la seminariile companiei.

Pentru mine, evoluția devenirii unui prezentator a trecut prin câteva etape:

1. Am învățat povestea mea.
2. Am învățat prezentarea standard pentru oportunități.
3. Am învățat prezentări pentru diverse training-uri.

Un moment important și definitoriu în calitate de prezentator a venit în 1993. Aveam 29 de ani și începeam să mă fac cunoscut în vânzarea în rețea. Aveam o conversație cu directorul general executiv al companiei și distribuitorul numărul 1 din acel moment. Nu-mi aduc aminte exact cum a fost abordat subiectul, însă îmi amintesc că am spus directorului general ceva de genul: „Ei bine, el (distribuitorul de top) e posibil să fie un vânzător mai bun decât sunt eu acum, însă îl pot depăși oricând la vorbit în public.”

Am spus-o ca pe o glumă, însă directorul general și-a ridicat sprâncenele și a spus: „Ok, fiule, să-ți spun ceva. În curând vine marele nostru seminar. Vor participa peste 14.000 de oameni. Vă voi oferi amândurora același timp pentru discurs și vom avea un concurs privat. Voi alege cu grijă câțiva evaluatori, care vor vota cine s-a descurcat cel mai bine.”

Uau! Acum chiar eram în cursă! Nu eram un lider impresionant. În acel moment, nu aveam o organizație sau reputație la fel de importante ca și distribuitorul de top. Prin urmare, am făcut singurul lucru pe care îl puteam controla. Am început să mă pregătesc ca și cum viața mea depindea de acest discurs. Am ales o temă. Mi-am scris și rescris discursul iar și iar. M-am documentat. Am exersat. M-am înregistrat ținând discursul. Am făcut tot ce mi-a stat în putință.

Când a venit acea zi, nu m-am simțit niciodată în viața mea atât de agitat. Să vorbești în fața a 14.000 de oameni este ca și cum ai vorbi cu un ocean. Dar pregătirea mi-a servit bine. Mi-am stabilizat eul meu nesigur și am făcut o treabă bună.

Răspunsul a fost copleșitor! Mulțimea pur și simplu a înnebunit. Mă simțeam puțin amortit când am părăsit scena în timp ce ei încă mă ovaționau, și am stat acolo în timp ce persoana din top își ținea discursul. S-a descurcat bine, dar trebuie să recunosc, m-am simțit atât de bine când directorul general executiv a venit și m-a felicitat că am câștigat micul nostru concurs privat. A fost fără îndoială un moment definitoriu.

Acel discurs a fost pierdut timp de o vreme, însă recent a fost descoperită o copie. Dacă ai dori să-l asculți, poți face asta accesând următorul link: [www.networkmarketingpro.com/calltoaction](http://www.networkmarketingpro.com/calltoaction)

Vocea mea sună un pic mai tânără, dar sunt tot eu.



Pentru a rezuma acest set de abilități, amintește-ți câteva lucruri importante:

1. Atunci când prospectezi, tu ești mesagerul – nu mesajul. Dă-te din calea mesajului și folosește un instrument ca și cum ar fi terța parte.
2. Învăță cum să-ți spui povestea într-o manieră care îi va determina pe prospecți să fie curioși să afle mai multe.
3. Când vine vorba de prezentări în fața unui grup de oameni, pregătirea este cheia. Dacă ești pregătit, este amuzant.

## **CAPITOLUL 7**

### **Abilitatea #4 – Monitorizarea procesului de dezvoltare a prospectului<sup>1</sup>**

În domeniul vânzărilor în rețea, se spune că succesul stă în monitorizarea procesului de dezvoltare. Cred că este adevărat, deoarece majoritatea oamenilor din vânzările în rețea nu monitorizează după, ce au oferit un instrument, cel puțin nu la un nivel profesionist. Trebuie să înțelegi câteva concepte importante dacă intenționezi să stăpânești această abilitate.

#### **Conceptul #1 – Monitorizarea procesului de dezvoltare înseamnă să faci ceea ce ai spus că vei face**

Dacă ai spus că vei suna la o anumită oră, atunci asta fă. Domeniul vânzării în rețea este plin de oameni care sunt foarte încântați timp de un minut, apoi se pierd în restul acțiunii. Condu-ți afacerea cu ajutorul unui calendar fizic sau electronic. Fii persoana care face ce spune că va face. Oamenii respectă asta.

Cu un an înainte să mă implic în domeniul vânzărilor în rețea, vindeam imobiliare. Tatăl meu și prietenul său dețineau compania. Într-o zi, eram în birou, și un domn pe nume Chuck Aycock a venit pentru o întâlnire cu tatăl meu, care

1) Monitorizarea procesului de dezvoltare înseamnă follow-up iar termenul de follow-up este des folosit și în afaceri clasice și înseamnă același lucru.

trebuia să înceapă la 10.00. Era 9.55 și tatăl meu încă nu era la birou. L-am întâmpinat pe Chuck și i-am spus că sunt sigur că tatăl meu va sosi curând. La ora 10.00 fix, Chuck s-a ridicat și a spus: „Este ora 10.00. Tatăl tău nu este aici. Spune-i să mă sune dacă dorește să reprogrameze întâlnirea.”

Nu-mi venea să cred. A bătut drumul până la birou doar pentru a pleca la 30 de secunde după programare? I-am spus: „Domnule Aycock, sunt sigur că va sosi dintr-un moment în altul. Nu trebuie să plecați.”

Și apoi mi-a spus ceva ce nu voi uita niciodată. A spus: „Fiule, ori ajungi înainte, ori ai întârziat. El a întârziat, iar timpul meu este valoros. Spune-i să mă sune dacă dorește să reprogrameze întâlnirea.” Și apoi a plecat!

Tatăl meu a sosit la 10.10, așteptându-se să-l întâlnească pe Chuck. I-am spus ce s-a întâmplat și a rămas la fel de uimit ca și mine. De obicei, tatăl meu nu întârzia. În acea dimineață aparte, a fost doar un pic iresponsabil cu timpul său. A reprogramat întâlnirea și am observat de-a lungul anilor că tatăl meu era ÎNTOTDEAUNA punctual la întâlnirile cu domnul Aycock.

Care este morala acestei povești? Pentru mine, morala a fost că oamenii respectă o persoană care face ceea ce a spus că va face. De asemenea, oamenii respectă o persoană care își prețuiește propriul timp. Dacă spui că vei discuta la un anumit moment sau într-un anumit fel, fie faci astfel, fie reprogramezi întâlnirea.

## **Conceptul #2 Unicul motiv pentru o altă expunere de informații este stabilirea următoarei expunerii de informații**

Când am început, îmi încheiam fiecare prezentare spunând: „Ce părere ai?” Nimeni nu mi-a spus că era unul din cele mai greșite lucruri pe care le puteam face. Părea natural să întreb asta, însă rezultatele erau groaznice.

Am cerut ajutor de la unul din mentorii mei inițiali, iar acesta a spus: „Eric, unicul motiv al unei prezentări este stabilirea următoarei prezentări”.

Asta m-a zăpăcit. Credeam că motivul prezentării era să înregistrez persoana respectivă! A început să îmi explice că dacă îți finalizezi fiecare prezentare stabilind-o pe următoarea, prospectul va deveni în cele din urmă educat cu privire la oportunitate și va lua o decizie în cunoștință de cauză.

Țelul din mintea mea s-a modificat de la „înregistrarea” prospectului la prima prezentare, la a fi concentrat pe procesul expunerilor informațiilor până când prospectul ia o decizie. Când am făcut această mică îmbunătățire, rezultatele mele s-au îmbunătățit în mod spectaculos.

Am vorbit mai devreme despre cum să inviți profesionist prospecții pentru a cerceta cu atenție ceea ce ai de oferit. La finalul acelor 8 pași, am parcurs pașii 5,6,7 pentru a stabili URMĂTOAREA prezentare, adică apelul pentru discuția ulterioară. Asta a fost următoarea programare.

Când veți suna, îi veți întreba dacă au analizat materialul. Ei vor spune: „Nu, nu am analizat materialul” sau vor spune: „Da, am analizat materialul”. Haideți să vorbim despre modul în care veți stabili următoarea prezentare în fiecare caz.

Dacă spun că nu au reușit să analizeze materialul, este important să nu îți arăți nemulțumirea cu privire la lipsa lor de a urmări ceva până la capăt. Sună amuzant, dar o mulțime de oameni sar pe prospecți cu ceva de genul: „Am crezut că ai spus că îl vei fi vizionat cu siguranță!” În mod clar, asta nu te va ajuta să construiești acea relație bună la care lucrezi.

Cea mai bună modalitate de a răspunde e următoarea: „Este în regulă. Înțeleg că uneori viața se aglomerează. Când crezi că vei reuși să îl vezi sigur, sigur?” Acum ai putea spune că varianta „sigur, sigur” e un pic prea mult, dar am folosit-o zeci de ani în această situație, și o folosesc pentru că funcționează. În orice caz, folosește orice limbaj dorești pentru a stabili următoarea discuție și parcurge aceiași pași pentru a obține angajamentul. De îndată ce l-ai obținut, inclusiv data și ora următorului apel (următoarea prezentare), închide telefonul și sună-i când ai spus că îi vei suna.

Dacă îi suni la ora programată și ei încă nu au analizat materialul, pur și simplu repetă procesul până când analizează materialul. Amintește-ți, ei stabilesc următoarea întâlnire, iar tu, ca profesionist în procesul de monitorizare a dezvoltării, **fă ceea ce ai spus că vei face.**

Dacă îl suni pe prospect și a spus că a analizat materialul, îi adresezi câteva întrebări inteligente. În primul rând, NU îi vei întreba: „Ce părere ai?”. Aceasta nu face decât să invite partea critică a minții prospectului să vină cu obiecții, pentru a încerca să pară inteligent.

Cea mai bună întrebare pentru monitorizare pe care am folosit-o vreodată este: „Ce ți-a plăcut cel mai mult?” Această întrebare te va duce într-o direcție foarte pozitivă și îți va oferi indicii referitoare la nivelul lor de interes. Dacă spun

„produsul”, atunci următoare prezentare va fi probabil referitoare la produs. Dacă spun „libertatea financiară”, atunci următoare prezentare va fi referitoare la oportunitate.

O altă întrebare grozavă care poate fi adresată este următoarea: „Pe o scală de la 1 la 10, 1 reprezentând interes zero și 10 fiind gata să începi chiar acum, unde te situezi în momentul de față?” Cu această întrebare, orice cifră peste 1 este BUNĂ. Înseamnă că ai un anumit interes. De cele mai multe ori, vei obține un 5 sau un 6. Indiferent ce număr îți vor spune, tot ce va trebui să faci va fi să îi întrebi cum îi poți ajuta să obțină o cifră mai mare. De obicei, acest răspuns va merge pe aceeași direcție cu răspunsul la întrebarea: „Ce ți-a plăcut cel mai mult?”

Dacă răspunsul este foarte pozitiv iar cifra este destul de mare, poți trece direct la finalizarea afacerii (o vom aborda în secțiunea următoare). Dacă nu ai o undă verde clară, pur și simplu programează următoarea expunere de informații.

E posibil să dorească să testeze produsul, deci îi veți ajuta să facă asta, și stabiliți următoare expunere de informații – o oră la care să îi sunați și să monitorizați procesul de dezvoltare a prospectului ( de fapt asta este următoarea expunere de informații). E posibil să dorească să înțeleagă planul de marketing, deci vei stabili o oră pentru a vă întâlni și pentru a studia planul de marketing ( acesta este un alt exemplu pentru următoarea expunere de informații). E posibil să dorească să discute cu soțul/soția, deci îi veți da materialele acasă pentru a le studia cu soțul/soția și stabiliți o dată și o oră când le veți analiza (din nou) monitorizați procesul de dezvoltare a prospectului ( avem un alt exemplu de expunere de informații). Indiferent ce este, nu finalizezi niciodată o expunere de informații fără a o programa pe următoarea. Niciodată! Dacă ai făcut asta, s-a terminat.

Asta mi se întâmpla când eram la început. Aveam pe cineva care studia oportunitatea. După ce studia, întrebam: „Deci, ce părere ai?” De obicei îndrugau ceva de genul: „Îți voi da de știre” sau „Voi reveni” sau „Trebuie să mă gândesc mai mult la acest aspect” sau ceva similar. Și poof, au dispărut. Apoi, când am încercat să-i sun din nou, pur și simplu îi deranjam. Toată situația era stânjenitoare.

Din momentul în care am decis să nu mai finalizez o expunere de informații fără a o programa pe următoarea, totul s-a schimbat în bine. Deveneam profesionist. Dețineam controlul. Prospectul mă respecta mai mult și de asemenea respecta mai mult oportunitatea. Toate acestea s-au întâmplat datorită acestei mici schimbări de mentalitate.

### **Conceptul #3 – De obicei, media este de 4-6 expuneri de informații pentru ca un om de nivel mediu să se alăture**

Atunci când oamenii nu înțeleg că unicul motiv al unei expuneri de informații este programarea următoarei expuneri, pun prea multă presiune atât pe prospecti, cât și pe ei înșiși. În epoca vânzării în rețea „unii se vor alătura, alții nu, și ce dacă, următorul”, oamenii ”trag” de o persoană o dată, și dacă nu se alătură chiar atunci, trec mai departe și nu mai monitorizează procesul de dezvoltare a prospectului. În multe cazuri, fac un pas spre distrugerea relației cu prospectul prin atitudinea lor.

Profesioniștii știu că durează în medie 4-6 expuneri de informații pentru ca un prospect să se implice. Țelul lor este educarea și înțelegerea. E dificil să educi pe cineva într-o singură expunere de informație. Așa că îi duc de la o expunere la

alta, știind că într-un final va avea efect. Prin intermediul acestui proces, vor construi de asemenea o relație mai puternică cu prospectul. Ei întăresc relația. Asta ajută la construirea încrederii, iar oamenii sunt încântați să lucreze cu oameni pe care îi plac.

4-6 expuneri de informații reprezintă o medie, ceea ce înseamnă că pentru fiecare persoană care se alătură la prima expunere de informație, va exista o persoană căreia îi va lua mai mult de 10 expuneri de informații pentru a se alătura. Pur și simplu nu știi niciodată. Unii din cei mai buni oameni din domeniul vânzării în rețea au fost prospectați ani la rândul până când în final au decis să ia parte la această oportunitate.

Păstrează-ți ritmul – dar ai răbdare.

#### **Conceptul #4 Pentru rezultate mai bune, comprimă ( într-un interval de timp mai scurt ) expunerile de informații**

Hărțuitorii prospectează pe cineva o dată și apoi trec mai departe. Amatorii prospectează pe cineva prin intermediul mai multor expuneri de informații într-un interval de timp lung. Profesioniștii comprimă aceste expuneri de informații în cel mai scurt timp posibil.

Oamenii sunt ocupați. Sunt distrași în mod constant de viață. Când îi abordați să se uite la ceva nou, este important să le păstrați interesul; cea mai bună modalitate de a face asta este să programați expunerile de informații cât mai aproape una de alta.



Dacă te miști încet, începi prin a le trimite să vizualizeze un material video. Apoi, câteva săptămâni mai târziu, îi inviți să asculte o conferință telefonică. Apoi, o lună mai târziu, îi ajuți să participe la o conferință web. Apoi, după o altă lună, îi inviți la o conferință telefonică de trei persoane, cu tine și cu un alt distribuitor. Acest proces lent este dificil, deoarece între fiecare expunere de informație tind să se lase distrași de viață. Este aproape ca și cum ai lua-o de la început de fiecare dată.

Pe de altă parte, dacă îi ajuți să vizualizeze materialul video, apoi să se alăture unei conferințe telefonice, apoi să testeze produsul, apoi să participe la o conferință web, apoi să participe la o conferință telefonică de trei persoane, apoi să vină la o întâlnire directă (sau orice combinație de prezentări folosești în compania ta), și le faci pe toate într-o săptămână, le oferi șansa de a se gândi cu adevărat cum le-ar putea schimba viața.

## **Întrebări și obiecții**

La fiecare pas al procesului de recrutare, vei da peste întrebări și obiecții. Este normal. O mare parte din timp, prospecții vor să pară inteligenți. Nu vor să pară ușor de abordat, așa că ridică obiecții pentru a se simți mai bine. Felul în care răspunzi este extrem de important. Dacă acționezi în defensivă, vei planta o sămânță de îndoială în mințile acestora. Dacă acționezi în ofensivă, îi vei alunga.

Amintește-ți: țelul nostru este educarea și înțelegerea. Nu este de a câștiga o contrazicere. Scopul nostru este de a-i ajuta pe cei orbi să vadă. Când cineva vine cu o întrebare negativă, sau dacă are o obiecție, tot ceea ce face este să te ajute să

identifici una dintre petele oarbe. Este util să știi care sunt acestea pentru a-i ajuta pe prospecti să le elimine.

Îți voi oferi anumite tactici specifice pentru a te ajuta să treci peste obiecții, însă lucrul pe care vreau să ți-l amintești și asupra căruia să te concentrezi mai mult timp sunt conceptele. Tacticile vin și pleacă. Conceptele rezistă în timp.

Am descoperit că obiecțiile se încadrează în două categorii. Prima este încrederea limitativă a prospectului referitor la propriile abilități. Nu sunt siguri că pot avea succes. A doua este încrederea limitativă în domeniul vânzărilor în rețea. Nu sunt siguri că domeniul vânzării în rețea îi va ajuta să își atingă țelurile în viață.

Pentru ambele categorii, unul dintre cele mai bune concepte este empatia – modul în care relaționezi cu oamenii. Și cea mai bună modalitate pe care o cunosc pentru a relaționa cu oamenii este să-i lași să afle că ești la fel ca ei. Ai avut aceleași îndoieli, aceleași întrebări, aceleași temeri, și le-ai depășit. Crezi sau nu, povestea ta (și poveștile altora) vor valora mai mult pentru tine în depășirea obiecțiilor decât orice altceva.

Există o tactică veche denumită Simt / Am simțit / Am descoperit ( „Feel / Felt / Found” ): Funcționează pe baza conceptului de empatie. Atunci când un prospect îți adresează o obiecție, răspunzi cu: „Știu cum te simți. Am simțit și eu la fel. Dar iată ce am descoperit.” Poți folosi această tactică ad literam cu mare succes. De asemenea, o poți modifica pe baza poveștii tale sau a prospectului tău.

## **Atunci când prospecții au o încredere limitativă în propriile abilități.**

Obiecțiile întâlnite cel mai des în această categorie sunt:

„Nu am bani”, „Nu am timp”, „Nu este pentru mine”, „Nu sunt vânzător”, „Nu cunosc pe nimeni”, sau „Sunt prea în vârstă/prea tânăr/nu am experiență”.

Anumiți oameni învață abordări sofisticate prin care să pară inteligenți, iar prospecții să pară idioți.

„Nu ai bani? Ai o factură la cablu? Ai telefon mobil? Ieși vreodată să iei cina în oraș? Ai o mulțime de bani. Haide, trezește-te!”

Sau

„Nu ai timp? Cât timp vrei ca aceasta să fie realitatea în care trăiești? Trebuie să te schimbi dacă vrei ca viața ta să se schimbe!”

Cum te-ai simțit când ai citit asta? Cum te-ai fi simțit dacă cineva ți-ar fi spus așa ceva? Nu prea bine, nu-i așa? O abordare mai bună este să relaționezi cu persoana respectivă și să-ți spui povestea.

Când o persoană îmi spune: „Pur și simplu nu am banii chiar acum”, îi răspund: „Am trecut și eu exact prin această provocare. Nu aveam bani destui să-mi plătesc facturile, ca să nu mai vorbim de începerea unei noi afaceri. Dar când m-am gândit la asta, mi-am dat seama că dacă nu aveam destui bani să-mi plătesc facturile acum, cum voi reuși să schimb asta pe viitor? Obosisem să fiu în urmă. Obosisem ca întotdeauna să mă zbat. Îmi doream mai mult de la viață. Așa că știi ce am făcut? Am găsit o modalitate, și a fost cea mai bună decizie pe care am luat-o vreodată. Permite-mi să te întreb ceva ... „dacă într-adevăr ai simți că ar fi o

șansă de a prelua controlul asupra viitorului tău financiar, crezi că ai putea găsi o modalitate pentru a o duce la îndeplinire?”

În 9 din 10 cazuri vor fi de acord și vor găsi o modalitate. Din nou, uită cuvintele exacte și concentrează-te pe concept. Le-am spus că eram exact ca ei, cu aceleași obiecții. Le-am spus despre necazurile mele. Și le-am spus că am descoperit o modalitate de a le rezolva. În consecință, ne-am asociat. Am povestit unul altuia. Ne aflam în aceeași barcă, având aceleași așteptări și visuri.

Dacă nu aveam o poveste personală care să fi fost similară cu a lui, spuneam povestea altei persoane. Sunt o mulțime de povești în cadrul companiei care au legătură cu aproape fiecare situație. Deci în momentul în care un prospect îți spune ce obiecții are, poți spune: „Știu la ce te referi. Am un prieten care a avut exact aceeași problemă și permite-mi să-ți spun povestea lui.”

Observi cum poate funcționa această abordare cu toate obiecțiile bazate pe convingerile limitative despre propria persoană și despre viețile lor? Conceptul este simplu, este dovedit, iar rezultatele sunt uimitoare.

### **Când oamenii au convingeri limitative despre domeniul vânzării în rețea**

Această categorie include:

„Este vorba despre MLM?”

„Acesta este unul ” din lucrurile alea” ?”

„Aceasta este o schemă piramidală?”

„Nu sunt interesat de MLM”.

„Nu vreau să-mi deranjez prietenii” și

„Tu cât de mult câștigi?”

Haideți să începem cu întrebarea care inspiră teamă în inimile majorității oamenilor din domeniul nostru – „Este vorba de MLM?” sau variații cum ar fi: „Este unul din ”lucrurile alea” ?” sau „Aceasta este o schemă piramidală?” sau „Nu sunt interesat de MLM”.

Unii oameni un pic înnebunesc în momentul în care aud această întrebare. Ei spun: „Schemă piramidală? Ca orice companie din lume? Ca guvernul? ASTA vrei să spui?!”

În loc să îți înnebunești prospecții, este important să înțelegi de unde vine această întrebare. Experiența mi-a dovedit că de obicei acești oameni cunosc pe cineva care s-a înregistrat fără succes sau au încercat ei înșiși (de obicei pur și simplu au achiziționat un bilet la loto după cum am descris mai devreme și nu au reușit). În acest scenariu sunt peste 90% dintre oamenii care vor adresa acest gen de întrebare. Restul dintre ei au auzit de oportunități ca aceasta și sunt pe bună dreptate sceptici cu privire la promisiunea îmbogățirii rapide.

Dacă adresează acest gen de întrebare cu orice fel de emoție, știu că au fost implicați la un moment dat, așa că le spun: „Așteaptă o clipă. Tu ai o poveste. Ce s-a întâmplat? Ai fost implicat în domeniul vânzării în rețea la un moment dat?” Apoi pur și simplu lăsați-i să-și spună povestea. Îi ajută să se deschidă. Îi scoate

din defensivă. Și îți permite să le adresezi unele întrebări referitoare la experiența pe care au avut-o.

Permite-mi să-ți dau un exemplu tipic. Să zicem că sunt în mijlocul unei invitații când prospectul îmi spune: „Așteaptă o clipă. Este vorba de MLM?” Și o spun cu emoție. Le răspund: „Oh, tu ai o poveste. Ai încercat la un moment dat acest domeniu? Ce s-a întâmplat?”

Ei răspund: „Da, m-am alăturat unei companii acum câțiva ani, am cumpărat un anumit produs și mi-am pierdut banii”. Le răspund: „Care crezi că a fost motivul pentru care nu ai avut succes?”

Ei răspund: „Ei, prietenul meu m-a convins să fac asta. Nu aveam prea mult timp și am crezut că se vor înscrie mai mulți oameni, dar asta nu s-a întâmplat. Cred că pur și simplu mi-am pierdut interesul.” Le răspund: „Crezi că ai făcut tot posibilul?”

Ei răspund: „Nu, nu chiar”. Le răspund: „Crezi că vânzarea în rețea a fost problema? Sau poate nu a fost momentul potrivit?”. Ei spun: „Probabil a fost vorba de momentul potrivit”.

Observi dinamica? Am avut mii de conversații de acest gen și toate sunt ușor diferite, dar dacă le adresezi câteva întrebări și ești prietenos în timpul procesului, ai o oportunitate puternică de a-i ajuta să scape de pata lor oarbă și să arunce o privire la ceea ce ai de oferit.

În plus, poți crea o legătură cu ei spunându-le că inițial ai avut aceeași obiecție povestindu-le cum ai reușit să o depășești. Dacă o persoană folosește

cuvântul „piramidă” în discuția cu mine, spun întotdeauna: „Oh, nu. Schemele piramidale sunt ilegale, și eu nu mă implic niciodată în ceva ilegal.”

Oamenilor care mă întreabă fără emoția asociată, de obicei le răspund astfel: „Da, este vânzare în rețea. Știi ceva despre asta?” Din nou, adresez întrebări și aștept răspunsuri. La acele răspunsuri, adresez mai multe întrebări, și pe parcursul procesului îmi pot atinge țelul de educare și înțelegere.

Formula „Nu vreau să-mi deranjez prietenii” este ușor diferită. Din nou, creez o relație cu ei povestindu-le povestea mea sau a altcuiva. Și apoi adresez întrebări cum ar fi: „Ce te face să crezi că ți-ai deranja prietenii?” sau „Dacă ai crede cu adevărat în produs, le-ai spune prietenilor tăi despre acesta?” și „Dacă ți-aș putea arăta cum distribuim acest produs celorlalți fără să sune sau să pară ca o vânzare agresivă, te-ar ajuta?”

Ultima din această categorie este: „TU cât de mult câștigi?” Dacă deja câștigi bani, aceasta este o întrebare grozavă. Dacă nu, răspunsul depinde de când te-ai implicat. Dacă ești nou în domeniu, le poți spune că abia ai început. Dacă ești de ceva timp în domeniu și încă nu câștigi cine știe ce, le poți spune că lucrezi cu jumătate de normă și că ești cu adevărat încântat când privești în viitor. De asemenea, le poți spune că ești încântat de viitorul tău în cadrul acestei companii deoarece știai că lucrurile nu aveau să se schime dacă tu nu făceai ceva pentru a le schimba.

Cealaltă modalitate de a răspunde este să le spui povestea ta, și apoi să spui povești ale persoanelor pe care le cunoști și care CÂȘTIGĂ bani frumoși. Poți chiar să sugerezi stabilirea unei conversații telefonice cu acei oameni, pentru ca ei să fie mai liniștiți cu privire la oportunitate.

Toate acestea necesită practică, dar dacă reușești să stăpânești conceptele, vei vedea că devine ușor. Și celălalt lucru care ar trebui să-ți dea curaj este că vei avea acest set de obiecții pentru tot restul carierei tale. Aici nu e nimic nou. Ceea ce am enumerat în această secțiune este despre tot ceea ce există. Amintește-ți: țelul nostru este educarea și înțelegerea. Aceasta este o parte a procesului care face din acest țel o realitate.



## CAPITOLUL 8

### **Abilitatea #5 – Cum să-ți ajuți prospecții să devină clienți sau distribuitori<sup>1</sup>**

Această abilitate este o confirmare naturală a procesului de monitorizare. Pe măsură ce treci de la o expunere de informații la alta, țelul nostru de educare și înțelegere va fi îndeplinit. Dar asta nu înseamnă că prospectul se va înregistra, va comanda produsul sau va lua startul în afacere. Este datoria ta să îl ghidezi să ia o decizie.

Cheia succesului în această zonă este o combinație între postura corectă și adresarea întrebărilor potrivite. Postură corectă înseamnă modul în care te porți. Cuvintele și acțiunile tale îl vor ajuta pe prospect să se simtă mai încrezător cu privire la „îmbrățișarea” acestei oportunități sau vor planta semințe de neîncredere.

În primii mei ani, postura era groaznică. Încercam mai degrabă să-i ”bag în afacere” pe oameni decât să urmez țelul nobil de a-i educa și de a-i face să priceapă, iar prospecții puteau să simtă intenția mea. Eram foarte atașat emoțional de rezultat. Puteai spune chiar că eram lacom. De fiecare dată când ajungeam la această parte a procesului, chiar, chiar ”îl voiam” pe om. Din nou, prospectul simțea atașarea mea emoțională și de obicei îl îndepărta de mine.

1) Finalizarea afacerii

Din lipsă de rezultate și chiar fără să îmi dau seama, am început să presupun că oamenii nu vor fi interesați. Și acea presupunere a început să se strecoare în orice, fapt care a dus la rezultatul previzibil că prospectul nu se va înregistra.

De cele mai multe ori nu eram pregătit corespunzător. Nu aveam formular de înregistrare, materiale de început sau orice alt instrument necesar. Gândiți-vă la impactul subconștient pe care l-a avut asupra prospecților. Părea ca și cum tot ce făceam proiecta o lipsă de convingere și o lipsă de profesionalism.

În loc să adresez întrebări și să ascult cu atenție răspunsurile, pur și simplu vorbeam, vorbeam și iar vorbeam. Eram mai concentrat să fiu interesant decât interesat. Prospecților nu le place asta. Nimănui nu îi place.

Deci, din nou am urmat procesul de modelare a profesioniștilor. Am urmărit ce făceau cei mai buni finalizatori și am început să-i copiez. Am interviewat profesioniști de top pentru a-mi da seama ce fac ei diferit. Și încet, încet, am început să văd slăbiciunile din abordarea mea.

În primul rând, am învățat că profesioniștii sunt detașați de rezultat din punct de vedere emoțional. Cu alte cuvinte, țelul lor este educarea și înțelegerea, în timp ce ajută prospectul să ia și o decizie care i-ar putea influența viața în mod pozitiv. Aceștia sunt opusul celor lacomi. Aceștia nu încearcă să ”bage în afacere” pe nimeni. Pur și simplu încearcă să ajute.

În al doilea rând, sunt foarte prezumtivi în abordare. Ei se așteaptă ca persoana să se înregistreze deoarece convingerea lor că oportunitatea de care ar beneficia prospectul este foarte puternică. Sunt tari ca piatra. Mulți dintre ei sunt cu adevărat șocați când o persoană decide să nu se implice.

În al treilea rând, a fost interesant să învăț că se promovează pe ei înșiși în aceeași măsură în care promovează produsul sau oportunitatea. Ceea ce vreau să spun prin asta este că își ajută prospectul să ia decizia spunând: „Mă câștigi pe mine!” Atunci când se promovează pe ei înșiși, nu este ca și cum „Sunt pregătit să fac totul pentru tine”. Este mai degrabă ceva de genul: „Avem un produs și o oportunitate grozavă, și am să ajung în top, și putem face acest lucru împreună”. Asta oferă un mare confort oamenilor deoarece află că nu vor trebui să învețe totul singuri.

În al patrulea rând, sunt întotdeauna pregătiți. Au toate cele necesare să ajute o persoană să ia startul oricând.

Și în al cincilea rând, adresează întrebare după întrebare și sunt buni ascultători. Acționează ca un consultant care ajută o persoană cu o problemă. Cei mai buni consultanți din lume au nevoie să adreseze o mulțime de întrebări înainte să ofere o soluție. Profesioniștii din domeniul vânzărilor în rețea folosesc întrebările ca cele mai puternice unelte.

După cum vă puteți imagina, mi-a luat o vreme să îmi dau seama de toate acestea și asta a fost doar jumătatea bătăliei. Una este să ai informațiile, și alta e să le pui în practică. Nu eram așa de talentat ca profesioniștii, dar puteam să copiez ceea ce făceau ei, așa că pur și simplu am început să acționez în felul în care acționau ei.

Acționeam detașat din punct de vedere emoțional (ceea ce nu se întâmpla la început); am început să acționez foarte prezumtiv că oamenii se vor alătura (ceea ce nu se întâmpla la început); am început să le spun oamenilor „mă câștigi pe mine!” (chiar dacă la început nu credeam că era un beneficiu atât de mare); eram

întotdeauna pregătit; am început să adresez o mulțime de întrebări, concentrându-mă să fiu mai mult interesat decât interesant.

Odată cu trecerea timpului, am început să mă prefac din ce în ce mai puțin și să înțeleg din ce în ce mai mult. Același lucru ți se poate întâmpla și ție.

Haideți să vorbim despre întrebări. Dacă ai fi consultant, iar meseria ta este să-ți dai seama dacă o oportunitate este o alegere bună pentru clientul tău, ce ai face? Adresezi întrebări, corect?

Când lucrezi cu prospectul ca să ia o decizie pozitivă referitoare la oportunitate, vei face același lucru, dar în loc să întrebi „Ce părere ai?” – care nu duce nicăieri – învață să adresezi întrebări care conduc într-o direcție pozitivă.

„Are sens pentru tine?”

„Ce ți-a plăcut cel mai mult din ceea ce tocmai ai văzut?”

„Destul de captivant, nu-i așa?”

„Observi cum aceasta poate fi o oportunitate pentru tine?”

Dintre aceste exemple, cel pe care îl folosesc cel mai des este: „Ce ți-a plăcut cel mai mult?” Răspunsul la această întrebare este aproape întotdeauna pozitiv și îți oferă indicii despre zona lor de interes.

Apoi îmi place să spun: „Permite-mi să-ți adresez o întrebare. Pe o scală de la 1 la 10, 1 reprezentând interes zero și 10 fiind gata să începi chiar acum, unde te situezi în momentul de față?” Îți vor spune o cifră. Și de obicei este evident din cifra aleasă fie că doresc mai multe informații înainte de a lua o decizie, fie înclină să înceapă acum.

Dacă simți că ai nevoie de mai multe informații, pur și simplu ghidează-i la următoarea expunere de informație, care îi va ajuta cel mai mult. Dar dacă simți că sunt pregătiți să ia startul, atunci adresează-le o serie de patru întrebări. „Cele 4 întrebări ale finalizării” au produs rezultate puternice și constante de-a lungul carierei mele. Dacă le înveți și le folosești, vei fi uimit cât de mulți oameni vei putea ajuta.

**Întrebarea #1:** „Pe baza celor deja văzute, dacă ar fi să începi part-time cu această companie, aproximativ cât ai nevoie să câștigi lunar ca să merite timpul tău?” În loc să adreseze această întrebare, majoritatea distribuitorilor spun ceva de genul: „Ce ai spune dacă ai câștiga 10.000 \$ lunar?” Nu fă asta. În loc să le recomandați ceea ce credeți că vor, pur și simplu întrebați-i cât ar avea nevoie pentru ca timpul lor să merite și așteptați răspunsul.

**Întrebarea #2** „Aproximativ câte ore îți poți alocă săptămânal pentru dezvoltarea acestui tip de venit?” Acum trebuie să se gândească și să verifice calendarul mental pentru a vedea cât de mult timp pot investi pentru a câștiga acești bani.

**Întrebarea #3** „Câte luni ai putea lucra în acest interval orar pentru dezvoltarea acestui tip de venit?” Această întrebare îi face să se gândească la seriozitatea angajamentului lor dacă doresc venitul de la întrebarea #1.

**Întrebarea #4** „Dacă ți-aș putea arăta cum să dezvolt un venit de (răspunsul întrebării #1) lunar, lucrând (răspunsul întrebării #2) ore săptămânal pe parcursul a (răspunsul întrebării #3) luni, ești pregătit(ă) să iei startul?” De cele mai multe ori, îți vor oferi un răspuns pozitiv la această întrebare. Iar atunci când oamenii spun: „Sigur, arată-mi cum”, consultă planul de marketing și fă o planificare rezonabilă<sup>1</sup> pentru ca ei să-și atingă țelurile.

În foarte puține cazuri oamenii oferă cifre nerealiste. Ar putea spune că doresc 10.000 \$ lunar lucrând două ore săptămânal timp de o lună. Nu se întâmplă des, dar se întâmplă. Dacă ai de-a face cu această situație, reacționează ca un consultant și spune: „Îmi pare rău, dar așteptările tale sunt prea mari. Poți câștiga 10.000 \$ lunar, însă va trebui să aloci mai multe ore și mai multe luni decât ești dispus(ă). Dacă dorești să-ți schimbi aceste așteptări, putem discuta.”

Dacă nu obții un răspuns pozitiv la cele 4 întrebări, este în regulă. Asta înseamnă doar că prospectul va avea nevoie de mai multe expuneri de informații până când să fie pregătit. Programează următoarea expunere de informații și repetă procesul când ai terminat. Această abilitate va necesita practică. Însă este o abilitate care îți servește foarte bine pe parcursul întregii cariere. Dacă ești sătul de prea mulți oameni care se mai gândesc, și prea puțini care acționează, asta te va ajuta.

1)Planificarea poate fi pe un termen de 1,3,6 sau 12 luni și se face consultând numărul de puncte necesare pentru atingerea nivelurilor de carieră din planul de marketing.

## CAPITOLUL 9

### **Abilitatea #6 – Cum să-l ajuți pe noul distribuitor să pornească cu dreptul<sup>1</sup>**

În domeniul vânzării în rețea, distribuitorii investesc foarte mult efort, timp și bani pentru a înregistra oameni, iar apoi risipesc acea investiție lăsând noii distribuitori să priceapă totul singuri. Profesioniștii nu fac asta. Ei stabilesc așteptări corespunzătoare, ajută la obținerea unor rezultate rapide, și apoi continuă să îndrume noii distribuitori pe parcursul multiplelor etape ale acestei profesii.

Am fost destul de norocos să am un mentor la început, pe Michael Nelson, care era foarte competent în îndrumarea noilor distribuitori. Michael nu era îndrumătorul meu, însă era cu siguranță liderul în orașul meu. În plus, avea foarte multă experiență în profesia noastră. Așa că ascultam ce zicea, urmăream ce făcea, și îi adresam o tonă de întrebări.

În acele vremuri avea un birou mic, aproape de casa mea, iar eu eram tot timpul prin zonă încercând să învăț ceva. Michael era un recrutor de succes. Întotdeauna aducea oameni noi. Și în mare parte, oamenii lui Michael se descurcau bine în afacere. Asta nu se întâmpla pentru mine. Puținii oameni pe care îi recrutam nu făceau nimic.

Pe măsură ce îl urmăream pe Michael, am observat că de fiecare dată când

<sup>1</sup>)Startul în afacere

înregistra un nou distribuitor, programa ceea ce el numea „interviul startului în afacere”. Am decis să copiez ceea ce făcea el. Așa că data următoare când s-a întâlnit cu un nou distribuitor, am stat în spatele lor, destul de aproape pentru a lua notițe din conversația lor. Am făcut asta de câteva ori, și am fost surprins să învăț că parcurgea exact același interviu de fiecare dată. Mă gândeam că dacă aș putea învăța acel model de interviu, aș avea o șansă să am rezultate ca el.

### **Interviul startului în afacere – Partea 1**

Mai întâi aprecia decizia de a deveni distribuitor. El spunea ceva de genul: „Felicitări pentru că ai luat decizia. Sunt mândru de tine că ai preluat controlul asupra propriei vieți. De acum înainte, lucrurile vor fi diferite pentru tine și pentru familia ta.” Întotdeauna dura mai puțin de 5 minute, însă până la finalul acestei discuții, orice îndoială avută ca să devină distribuitor dispărea. Se simțeau grozav.

### **Interviul startului în afacere – Partea 2**

Le stabilea așteptările. Știa că majoritatea oamenilor veneau în afacerea noastră cu așteptări nerealiste, așa că întotdeauna spunea aceleași trei lucruri:

„Dacă reușești în această afacere, tu ești cel care creează acel succes, nu eu. Și dacă eșuezi în această afacere, tu ești cel care creează eșecul, nu eu. Tu vei fi diferența dintre succes și eșec. Eu sunt aici să-ți ghidez fiecare pas, dar nu pot face pașii în locul tău. Sunt aici să lucrez cu tine, nu pentru tine.”



Uau, acesta a fost un concept radical și atât de diferit de conversațiile pe care le-am avut până atunci când pregăteam startul unui om nou! Spuneam lucruri de genul: „Sunt plătit din ceea ce produci tu, așa că în fond lucrez pentru tine!”

Ei bine, ce fel de așteptare crezi că setează ASTA în mintea distribuitorului? Aș fi spus de asemenea: „Vom construi o afacere împreună”, când de fapt nu era adevărat. El avea nevoie să construiască o afacere. Eu puteam fi o resursă, dar nu puteam să construiesc în locul lor.

Următorul lucru pe care l-a spus a fost: „Meseria mea este să te ajut să devii independent de mine cât de curând posibil. Ești de acord că acesta este un țel bun?”

Din nou, un alt aspect radical, dar avea sens. Până la acel punct, aveam un grup care depindea de mine foarte mult. Făceau ceva doar când îi împingeam de la spate. Dar Michael avea un grup care producea pe cont propriu, fără ajutorul său constant. Avea duplicare și libertate. Eu nu. Acest aspect a setat relația în care Michael era profesor pentru grupul său, și nu sclav. Le arăta pașii de bază și apoi aceștia, din acel moment, puteau construi independent.

Al treilea lucru pe care l-a spus a fost: „Cu siguranță vor fi urcușuri și coborâșuri atunci când construiești afacerea. Vor fi momente bune și momente rele. Voi ști că ești într-un moment prost atunci când nu mă suni, nu apari la întâlniri, nu faci invitații, dacă încep să aud scuze – acele gen de situații. Atunci când ți se întâmplă asta, și se întâmplă oricui, cum vrei să tratez situația? Vrei să te las singur sau vrei să perseverez și să-ți reamintesc decizia de la început?”

Asta era genial, deoarece este adevărat că oricine va avea momente de neîncredere de sine. I-a ajutat să înțeleagă că era normal și în același timp a stabilit

relația astfel încât era într-o poziție care îi permitea să-i întoarcă din drum atunci când se întâmpla.

Ceea ce Michael a obținut cu aceste trei concepte era atât de diferit de conceptul de a promite lapte și miere așa cum făceam eu, precizând mai degrabă că există momente bune și momente rele. Cu abordarea mea, nu făcea nimic și aștepta ca eu să acționez. Și dacă se întâmpla să fiu vreodată prea ocupat sau nu puteam să-i ajut din diverse motive, deveneam scuza ușoară pentru care situația nu funcționa. Cu abordarea lui Michael, oamenii lui au devenit repede independenți. Din când în când îi instruia, dar nu permitea grupului său să-l folosească ca scuză pentru lipsa lor de rezultate. În timp ce distribuitorii mei se zbăteau, ai lui înfloreau.

### **Interviul startului în afacere – Partea 3**

Michael a parcurs lista startului în afacere pentru a ajuta noua persoană să aibă cele mai mari șanse de succes. Lista startului în afacere ar fi diferită pentru fiecare companie, însă conceptul era să facă tot posibilul pentru a obține rezultate rapide.

Aici aveți câteva exemple cu ce ar putea include lista startului în afacere:

1. Asigurați-vă că noul distribuitor are produsele corespunzătoare. Aproape fiecare companie are produse care pot fi folosite personal de către distribuitor, așa că asigurați-vă că noua persoană face acest lucru. În funcție de compania dumneavoastră, asta ar putea include un angajament lunar. Este foarte important ca oamenii să-și dezvolte un atașament emoțional față de produse și asta se poate

întâmpla doar dacă le folosesc și se bucură de beneficiile acestora. În plus, multe companii au produse care pot fi testate sau folosite în demonstrații. În acest caz, noii distribuitori ar trebui să fie aprovizionați corespunzător astfel încât să fie pregătiți adecvat.

2. Asigurați-vă că noul distribuitor are instrumentele corespunzătoare. Am discutat despre importanța instrumentelor ca fiind a terța parte în construirea unei afaceri mari și de succes în domeniul vânzărilor în rețea. Noul tău distribuitor este important să fie pregătit să-și ajute prospecții cu instrumentele care îl vor ajuta în procesul profesionist de expunere de informații.

3. Asigurați-vă că noul distribuitor are acces la informații. Arătați-i cum să găsească informații pe site-ul companiei, unde au loc evenimentele viitoare, când transmit liderii conferințele web, etc. Amintiți-vă, țelul nostru este să-i ajutăm să devină independenți cât mai repede posibil. Acesta este un pas important atunci când doriți să faceți din acest țel o realitate.

4. Asigurați-vă că noul distribuitor a înțeles ideea de bază a planului de marketing. Nu e nevoie să-l cunoască în detaliu la început, dar ar trebui cel puțin să înțeleagă punctele-cheie și ceea ce se va întâmpla din punct de vedere financiar pe măsură ce ating primele trepte de carieră.

5. Asigurați-vă că noul distribuitor cunoaște conceptele fundamentale referitoare la invitația către prospecți astfel încât prospecții să înțeleagă mai multe despre ceea ce li se oferă. Puteți să-i scutiți de alergatul dintr-o parte în alta, de bătăi de cap, de puține rezultate sau chiar deloc, oferindu-le o scurtă imagine de ansamblu la modul în care funcționează și de ce funcționează procesul invitației profesionale.

## **Interviul startului în afacere – Partea 4**

Michael l-a ajutat pe noul distribuitor să facă o planificare pentru a atinge primele trepte de carieră și l-a provocat să reușească repede. El a înțeles, și m-a ajutat și pe mine să înțeleg că provocarea de a ajuta o persoană să obțină rezultate rapide este ca o cursă. Dacă primesc încurajări pozitive de la început, vor continua. În caz contrar, au tendința de a se ”stinge” ( se demotivează ).

Fiecare companie este diferită, prin urmare această planificare va fi diferită. Dar gândește-te la acțiuni simple care îi încurajează pe oameni ca în prima lor săptămână să obțină cele mai bune rezultate cu putință.

Cum să înregistreze primul client?

Cum să înregistreze primul distribuitor?

Puteți să-i încurajați să participe la primul lor eveniment în cadrul companiei?<sup>1</sup>

Ce pași urmați pentru a-i ajuta să câștige primul lor comision?

Pentru mine, succesul în domeniul vânzărilor în rețea nu a fost real până când nu am câștigat primul comision. Când a venit, totul s-a schimbat pentru mine. Am început să visez cu adevărat la crearea unei vieți mai bune pentru mine și pentru familia mea. Este vital să-ți ajuți noul înregistrat să obțină un start rapid.

1) eveniment poate fi: prezentare 2 la 1, seminar sau orice implică interacțiunea umană

## **Interviul startului în afacere – Partea 5**

La final, Michael întotdeauna delega sarcini specifice. Unul dintre aspectele pe care le-am învățat este că noii distribuitori au mare nevoie de direcționare și răspund incredibil de bine la sarcini simple. La final, Michael delega diferite sarcini cu termene limită pentru finalizare. Îi spunea noului său distribuitor că pot relua discuția după ce finalizează până la o anumită dată. Este exact ca și în cazul procesul de expunere de informații pentru prospecți. Treci de la o expunere la alta, dar nu se încheie după ce devin distribuitori. Profesioniștii continuă să treacă de la o expunere la alta, de la o sarcină la alta.

Scopul tuturor acestor aspecte este de a-i ajuta pe noii distribuitori să-și depășească limitele. Atunci când cineva ia startul în afacere, există întotdeauna o linie între succes și eșec. Pe o parte a liniei, este mai ușor să renunți decât să continui. Pe cealaltă parte a liniei, este mai ușor să continui decât să renunți.

Ce poate ajuta pentru ca o persoană să-și depășească limitele?

- Înregistrarea primului lor client
- Înregistrarea primului lor distribuitor
- Primirea primului comision
- Participarea la un seminar al companiei
- Legarea de prietenii în cadrul organizației
- Declararea publică a intențiilor lor
- Atingerea unei noi trepte de carieră
- Recunoașterea unei realizări

Există sute de alte lucruri care ajută o persoană să-și depășească limitele. În calitate de îndrumător, datoria ta este să-i ajuți să depășească această limită și să RĂMÂNĂ acolo. Limita nu dispare niciodată cu adevărat. Este întotdeauna acolo, iar pentru tine, în calitate de lider, este important să fii atent în mod constant unde se situează oamenii tăi din punct de vedere emoțional. În acest mod, poți continua să-i încurajezi să nu renunțe niciodată la visurile lor.

# CAPITOLUL 10

## Abilitatea #7 Promovarea evenimentelor<sup>1</sup>

În domeniul vânzărilor în rețea, evenimentele fac bani. Este atât de simplu. Da, tehnologia ne poate ajuta să ne conectăm cu oameni în modalități care devin tot mai eficiente, dar nimic nu înlocuiește interacțiunea față în față.

Întâlnirile unu la unu, cele în grupuri mici sau la evenimente locale sau de mare amploare, vor avea un impact imens asupra succesului pe termen lung a oricărei organizații din domeniul vânzării în rețea. Dar un anumit tip de eveniment este cel mai puternic, iar acela este seminarul. Poate fi un eveniment sponsorizat de companie sau unul organizat de îndrumătorul tău, însă un seminar este locul în care majoritatea participanților călătoresc într-un oraș diferit, rămân la un hotel și participă la o conferință sau convenție.

Unii încearcă să argumenteze că seminariile vor muri în era informațională<sup>2</sup> și că oamenii nu vor mai călători pentru aceste evenimente. Tot ce-ți pot spune este că acei oameni nu sunt câștigători de top în profesia noastră. Dacă studiezi ceea ce fac oamenii de succes pentru a-și construi organizațiile din domeniul vânzărilor în rețea, vei descoperi că de fapt fiecare dintre ei folosește seminariile ca punct de cotitură în construirea propriilor afaceri.

E ceva magic în a te rupe de rutina zilnică și a te concentra complet pe

1)Munca în echipă

2)Era Informațională a luat startul odată cu căderea zidului Berlinul în 1989

visurile tale. Aprofundarea totală, chiar și timp de un week-end, este BUNĂ. Poți folosi asta pentru reconcentrarea și remotivarea pentru viitorul tău și pentru adunarea tăriei necesare ca să te întorci acasă și să faci tot ce-ți stă în putință pentru ca afacerea ta să se dezvolte.

Câștigi forță din discursurile pe care le auzi în timpul seminarului. Uneori, o persoană spune ceva exact la momentul potrivit în viața ta, și te schimbă pentru totdeauna. În urmă cu peste 20 de ani, eram la un seminar când un tip pe nume Johnny Daniel a spus: „Poți spune care este valoarea unui om după gravitatea problemei care îl trage în jos”. Acea afirmație mi-a pătruns direct în inimă și de atunci m-a ajutat mereu. Dacă vreodată mă întristez sau devin deprimat, ceva în interiorul meu îmi spune: „Asta este valoarea lui Eric?”. Răspund: „Nu”, îmi dau două palme și merg înainte.

De-a lungul anilor, am avut sute de momente de acest gen în cadrul seminariilor. Am încetat să condamn seminarul. Am decis să devin profesionist la seminar. Mi-am dat seama că nimeni nu mă putea opri la un seminar. Am decis să devin om de bază pentru seminar. De fapt, dacă mă uit înapoi, nu mă pot gândi la nici un moment semnificativ din cariera mea în domeniul vânzărilor în rețea, care să nu se fi întâmplat la un seminar. Atât sunt de puternice.

Pe lângă faptul că aduni putere de la prezentatori, primești de asemenea validarea incredibilă a deciziei tale de a te implica. Este un concept denumit „dovadă socială”, și este foarte important. În calitate de ființe umane, suntem creați să căutam dovezi din surse exterioare gândurilor și experiențelor proprii. La un seminar, întâlnești o mulțime de alți oameni care au luat aceeași decizie ca și tine, iar asta te ajută să te simți bine. De asemenea, vezi cum alții și-au depășit temerile



și au atins nivele înalte de carieră. Începi să te gândești: „Dacă ei pot, atunci pot și eu.”

Mai sunt și alte tipuri de presiuni pozitive implicate din partea celorlalți. Majoritatea seminariilor includ recunoașterea meritelor – cine a câștigat concursul, cine a atins o altă treaptă de carieră, cine a câștigat venitul cel mai mare, sau cine a vorbit de pe scenă.

Când am mers la primul meu seminar și am văzut toți oamenii care urcau pe scenă, am avut un singur gând: „Data viitoare, urc pe acea scenă.” M-a inspirat faptul că atât de mulți oameni au realizat ceea ce eu nu am realizat încă. M-a determinat să mă gândesc că pot și eu și m-a determinat să lucrez la un plan pentru a-mi atinge scopul. Pe lângă faptul că am fost motivat, nu doream să apar la următorul seminar fără vreo îmbunătățire a afacerii mele. Presiunea pozitivă din partea celorlalți m-a ajutat să-mi înfrunt temerile și să fac în așa fel încât să-mi ating scopul.

Per ansamblu, sinergia grupului la un seminar este reconfortantă. Cu toții trăim într-o lume plină de oameni ignoranți când vine vorba de domeniul vânzărilor în rețea. Poate fi descurajant uneori. Însă atunci când mergem la un seminar de amploare, dintr-o dată suntem înconjurați de oameni care gândesc ca NOI. Ei au beneficii, speranțe, visuri, aspirații și atitudini pozitive similare. A petrece timp cu acest grup uimitor de oameni ne poate încărca bateriile din nou ca să facem față următorului refuz.

Odată ce ai înțeles cât de importante sunt seminariile pentru succesul afacerii tale, este important să înveți cum să le promovezi eficient în cadrul organizației tale. Este chiar foarte simplu: Cu cât mai mulți oameni din grupul tău participă la

evenimente, cu atât mai mulți bani vei câștiga în această profesie. Liderii de top știu exact cât de mulți oameni participă și se asigură că vor crește acel număr de la un eveniment la altul.

Gândește-te la asta. Compară doi distribuitori care au fiecare un grup de 100 de oameni. Distribuitorul A consideră seminarul o prioritate și îi ajută pe toți să participe la fiecare seminar de amploare. Distribuitorul B nu face din participarea la seminar o prioritate, așa că participă doar o parte. Care grup va avea mai mult succes? Nici măcar nu vorbim de un concurs.

Primul pas în dezvoltarea unei culturi care promovează participarea la seminarii este ca în primul rând tu să fii mai implicat decât oricine să participe și să îi ajuți pe alții să ia aceeași decizie. Asta înseamnă să conduci prin puterea exemplului și să nu lipsești niciodată de la un seminar.

Când am luat startul în această profesie, nu știam cum o voi practica. Nu aveam bani, iar timpul nu-mi permitea; aveam aceleași obstacole ca oricine altcineva. Dar la primul seminar s-a întâmplat ceva care a schimbat totul. Am strâns destui bani cât să ajung acolo și a fost o experiență copleșitoare: scena, luminile, oamenii, poveștile – a fost grozav.

În timpul unei sesiuni, am ieșit ca să merg la baie și când m-am întors în sala imensă de conferințe, m-am trezit că stăteam fix lângă unul dintre cei mai bogați oameni din întreaga companie! Era ca și cum aș fi stat lângă o vedetă. El obținuse ceea ce voiam și eu să obțin, și chiar mai mult. Stăteam acolo încercând să mă gândesc la ceva inteligent să spun. În final, pur și simplu m-am prezentat și am întrebat: „Care este secretul?”

Astăzi știu că nu e nici un secret, iar el mi-ar fi putut spune același lucru, dar în schimb a arătat puțină compasiune și mi-a dat o lecție importantă care îmi servește și astăzi. A spus: „Eric, vezi această încăpere? Încap aproximativ 2.000 de oameni. Avem acest gen de evenimente în medie de 3 ori pe an. Iată secretul. La următorul eveniment, jumătate dintre acești oameni nu vor reveni, dar cealaltă jumătate care va reveni va câștiga mai mult decât dublul mediei oricărei persoane din această sală. Datoria ta este să fii printre cei 1.000 de oameni care vor reveni. Și nu se oprește aici. La următorul eveniment, jumătate din cei 1.000 nu vor reveni, dar cei 500 care vor reveni vor câștiga de 4 ori mai mult decât media din sală. Asta continuă de la eveniment la eveniment. Dacă vei continua să revii, ajungi să fii printre cei mai bine plătiți oameni din sală, și la un moment dat poate ajungi să prezinți pe scenă.”

Am spus: „Asta e tot?” La care mi-a răspuns: „Eric, în mod cert va trebui să continui să lucrezi la abilități între seminarii, dar experiența mi-a demonstrat că dacă faci în așa fel încât oamenii să revină cât mai des la evenimentele noastre de amploare, vei reuși să ajungi în top”. A fost ușor să înțeleg. I-am mulțumit și am hotărât imediat că nu voi lipsi niciodată de la nici un seminar.

Nu a fost ușor. Uneori, chiar biletele pentru seminar erau o problemă. Însă am făcut o prioritate din seminar și am găsit o cale de a le cumpăra. Uneori problema era în grija cui las copilul. Am căutat foarte mult timp un babysitter în care puteam avea încredere. Uneori mă zbăteam să caut un mijloc de transport cu care să ajung la eveniment. În loc să iau un avion direct și confortabil, uneori rezervam un bilet cu 2 sau 3 legături. În loc să iau avionul, uneori mergeam cu mașina, uneori chiar cu mai mulți oameni îngrămădiți în mașină, pentru a ajunge acolo. Au existat și momente în care rezervam un autocar și recrutam oameni din

zonă pentru a împărți costurile. Ideea este că am considerat că este o prioritate și am ajuns la seminar – indiferent ce s-ar fi întâmplat.

Cât despre cazare, în prezent stau într-un apartament, însă nu a fost mereu așa. La început, cel mai adesea împărțeam o cameră cu cât mai mulți oameni cu putință. În loc de room service, mergeam la alimentară și luam de mâncare pentru mese ieftine. Iar de minibar nici nu mă atingeam.

Ideea de bază este că sugestiile pe care le-am primit în toți acești ani au FUNCȚIONAT. Deoarece eram ambițios și flămând pentru succes, am descoperit o cale pentru a-i ține împreună cât mai mult timp pe oamenii care erau mai puțin implicați și așa cum mi-a spus acel om bogat al companiei, venitul meu a continuat să crească de la un seminar la altul.

Pe lângă toate acestea un alt lucru ciudat s-a întâmplat. Am început să mă simt diferit față de ceilalți. Am început să mă simt ca un „Om de fier”. Am început să fiu mândru de faptul că încă mai rezistam în timp ce alți oameni își pierdeau speranța. Prin urmare, dacă ești mai implicat decât oricine altcineva să participi la seminarii, toate celelalte angajamente importante îți vin în ajutor.

Odată ce ești pe deplin implicat, următorul pas este să crești numărul de oameni din echipa ta care participă cu tine. Majoritatea oamenilor îi anunță pe oamenii grupului lor despre următorul seminar de angajare, stau cu mâinile încrucișate și speră ca oamenii să se înscrie. Profesioniștii înțeleg că este o mare diferență între persoanele care doar anunță seminarul și cele care promovează seminarul.

Cei care promovează fac din seminar o prioritate a grupului lor. Aceștia sunt fermi cu privire la mesajul lor. Ei spun povești care îi inspiră pe oameni să acționeze. Ei consideră că nimic nu este sigur și nu se liniștesc decât după ce oamenii s-au înscris ( la seminar ). Ei pictează o imagine în mințile oamenilor despre cât de grozav va fi seminarul și despre beneficiile participării. Un lucru pe care l-am învățat acum mult timp a fost să nu cred scuzele nimănui, cel puțin nu la început. N-aș putea să-ți spun cât de mulți oameni au încercat să-mi spună motivele pentru care nu pot participa la următorul seminar, doar pentru a descoperi că motivele lor erau doar o scuză și că nu erau adevărate.

Problema amatorilor este că acceptă prima scuză și aici se opresc. O persoană spune: „Nu-mi pot lua liber de la serviciu” sau „Nu-mi pot permite” sau „Nu are cine să aibă grijă de copil” sau „Cine va avea grijă de câinele meu?” sau „În week-end am o petrecere aniversară”. Iar amatorii spun: „În regulă, asta este. Sper să reușești la următorul”.

Profesioniștii au o mentalitate diferită. Atunci când aud o obiecție, nu acceptă acea poveste deoarece știu că probabil nu e reală – sau cel puțin nu suficient de reală. În schimb, lucrează cu acea persoană pentru a o ajuta să înțeleagă sensul și importanța participării la seminar. Apoi, aceștia își pun mintea la contribuție pentru a găsi o cale de a depăși scuza inițială. N-aș putea spune cu cât de mulți oameni deja hotărâți să nu participe la următorul eveniment am discutat, ca după cinci minute să-și schimbe părerea și să se înscrie la seminar. Lecția este să-ți spui povestea. Nu o crede pe a lor.

Gândește-te la această abilitate ca și cum ai fi societate cotate la bursă, valoarea capitalului tău fiind strâns legată de cât de mulți oameni ai la fiecare

seminar. Dacă așa ar sta situația, ai considera că este o prioritate să ai întotdeauna un număr mai mare de oameni la următorul seminar, nu-i așa? Poți începe doar cu tine la primul seminar, dar apoi țelul este important să fie să aduci cu tine câțiva oameni, și să crești numărul la următorul și tot așa. În vânzarea în rețea nu există succes peste noapte, însă această abilitate se apropie foarte mult de asta.

# CAPITOLUL 11

## **Orice lucru valoros necesită timp<sup>1</sup>**

Dacă o persoană începe o afacere clasică, se așteaptă să aibă succes încă din primii ani și eventual să-și recupereze investiția inițială în primii cinci ani. Dar atunci când o persoană începe o afacere în domeniul vânzărilor în rețea, se așteaptă să-și recupereze banii în prima lună, să facă profit în a doua lună și să se îmbogățească începând cu a treia lună. Iar când asta nu se întâmplă, dau vina pe vânzarea în rețea.

Este ca și cum oamenii nu vor ca legile din lumea afacerilor să se aplice domeniului vânzării în rețea. AVEM o cale mai bună, dar aici nu vindem semințe magice. Orice lucru valoros necesită timp pentru a se dezvolta.

Am învățat o lecție grozavă la începutul carierei mele în domeniul vânzărilor în rețea: din când în când, venitul tău ar putea trece printr-o creștere norocoasă. E posibil să fii la locul potrivit în momentul potrivit. Însă dacă nu te dezvolti rapid ca persoană la acel nou nivel, venitul tău va reveni la nivelul persoanei care ești. În final, ajungi să câștigi cât valorezi.

Cât de mulți oameni cunoști care au dat lovitura, apoi au pierdut totul? Am învățat această lecție pe calea cea mai grea din propria experiență în primele câteva luni în domeniul vânzărilor în rețea. În 1988, m-am alăturat unei companii care

1) Training cu echipa – Educarea și formarea grupului

avea un pachet de început de 5.000 \$, și care plătea îndrumătorul cu 1.200 \$ - 2.400 \$, în funcție de nivelul de carieră. Cu toate că sunt bucuros că majoritatea acestor pachete scumpe au părăsit domeniul nostru, pe vremea aceea puteai să faci repede bani frumoși.

În prima lună în cadrul acelei companii, am câștigat aproximativ 7.400 \$! Dacă vă amintiți, strategia mea era de a-i suna repede pe toți prietenii tatălui meu înainte ca el să ajungă la aceștia. Eram extaziat! În a doua lună, am câștigat aproximativ 12.200 \$. Incredibil! Dar apoi realitatea m-a lovit. Nu eram o persoană de 12.000 \$ lunar. Nu lucram la abilitățile mele. Nu creșteam ca persoană. Pur și simplu doar eram pe val. Comisionul din luna a treia a fost de 1.098.60 \$. Uitându-mă la acel comision a fost ca și cum m-aș fi uitat în oglindă. Mi-a arătat cine eram. A fost un sentiment urât.

Prima mea reacție a fost să renunț, să dau vina pe oricine și orice pentru acel comision. Dar în cele din urmă mi-am dat seama că pentru a câștiga mai mult, trebuia să cresc mai mult. Trebuia să lucrez la abilitățile mele, astfel încât să nu mai fiu nevoit să mă bazez pe noroc, momentul sau locul potrivit.

E posibil să fi auzit: „Vă puteți îmbogăți repede” sau „Nu trebuie să munciți” sau „Produsul se vinde singur”, sau multe alte mituri false. Dar este important să înveți să renunți la acele mituri false și ireale ca să începi să lucrezi la TINE.



## **Formula 1/3/5/7**

Am observat că există o formulă care funcționează în profesia noastră. O numesc formula 1/3/5/7. Ca regulă generală, îți va lua aproximativ un an să devii competent și profitabil în domeniul vânzărilor în rețea. Vei ști conceptele de bază, îți vei acoperi cheltuielile și înveți. Îți va lua aproximativ trei ani de efort constant part-time pentru a lucra full-time. Îți va lua aproximativ cinci ani de efort constant pentru a putea câștiga venit rezidual din șase cifre sau chiar mai mult. Și îți va lua aproximativ șapte ani de efort constant pentru a deveni expert.

Asta nu înseamnă că nu poți face mai mult de atât într-un termen mai scurt. Mulți oameni reușesc. Pur și simplu înseamnă că dacă dorești să construiești acel venit rezidual MEREU, este important ca în cele din urmă să devii expert.

Când te gândești la asta, șapte ani nu e atât de rău, mai ales când o parte bună din timp este part-time. Oricum, vei fi cu șapte ani mai bătrân(ă). La fel de bine ai putea să devii expert în această perioadă, în loc să lași timpul să treacă.

## **Cum să înveți**

Din momentul în care ți-ai luat angajamentul de a te concentra pe abilitățile tale, următorul aspect pe care ai nevoie să te concentrezi este să-ți dai seama care sunt cele mai bune modalități de a învăța. Unul dintre cele mai bune lucruri care mi s-au întâmplat vreodată a fost să-mi dau seama că nu există experiențe rele și experiențe bune, ci doar experiențe de învățare. Aceasta a fost o descoperire majoră. Cu alte cuvinte, detașează-te de rezultat și concentrează-te pe ceea ce poți învăța din fiecare experiență. Asta m-a eliberat de o mare presiune. În loc să caut

întotdeauna experiențe grozave, am început să mă concentrez pe cât de MULTE experiențe puteam avea, deoarece cu cât aveam mai multe, cu atât puteam învăța mai mult.

Un alt atribut al oamenilor bogați din topul vânzărilor în rețea este că ei sunt cum îmi place să-i numesc „elevi activi”. În calitate de profesioniști, ei învață mereu, se dezvoltă mereu, încearcă mereu să devină mai buni.

Lou Holtz a spus-o cel mai bine: „În această lume, fie crești, fie mori, așa că acționează și crește”.

Cred că e adevărat. Nu te opri niciodată din învățat.

## **Copierea comportamentelor de succes**

Încearcă să eviți reinventarea roții când te implici în această profesie. Munca grea a fost deja făcută. Indiferent în ce companie ești, este ușor să găsești pe cineva care are foarte mult succes. Nu contează dacă e bun la găsirea clienților, în prospectare, la invitație sau expuneri, la monitorizare, la finalizare, la startul în afacere, la promovarea evenimentelor sau orice altă abilitate, chiar acum există oameni în compania ta, care deja stăpânesc aceste abilități. Și spre deosebire de alte profesii, oamenii de succes din compania ta sunt dornici să îți împărtășească secretele lor! Tot ce ai nevoie este să copiezi comportamentul lor și poți începe să te bucuri de rezultatele pe care le au și ei.

## Studiul

Programele audio m-au inițiat. În 1988, cineva mi-a dat o copie piratată a unui discurs pe care Jim Rohn l-a ținut pentru compania Shaklee. Se numea „Sămânța și semănătorul”, și mi-a zguduit lumea. Pun pariu că am ascultat acea casetă audio în mașină de 500 de ori. De atunci, am făcut câteva cercetări despre Jim Rohn și am achiziționat programul său audio „Provocarea de a reuși”. Dl. Rohn mi-a dat speranță, dar mai mult decât atât, m-a direcționat în dezvoltarea personală continuă. Acel program audio a lansat călătoria dezvoltării mele personale.

De-a lungul anilor, am continuat cu zeci de alte programe audio diferite, toate incredibil de utile în a mă ține concentrat pe țelul meu. Este ceva magic la materialele audio. Îți șoptesc în ureche, îți reamintesc visurile, potențialul și cum să ajungi acolo. În plus, sunt repetitive. Probabil nu vei citi o carte iar și iar, dar vei asculta programul audio în mod repetat, mai ales dacă e interesant. Și se pare că de fiecare dată este diferit – și este, fiindcă TU ești diferit(ă).

De asemenea Jim Rohn m-a învățat să fiu o persoană care citește. Indiferent ce încerci să înveți, există cineva care și-a dedicat întreaga viață subiectului și care ți-o oferă pentru un cost infim. Acceptă oferta.

În societatea noastră concentrată pe tehnologie, electronice și cu deficit al atenției, tot mai puțini oameni par să citească cărți. Acest lucru nu se aplică liderilor. Întrebați-i pe distribuitorii de top dacă citesc. Mai important, întrebați-i ce citesc. Nu citeam prea mult înainte să devin profesionist în domeniul vânzărilor în rețea. Dar începând din 1988, am citit în medie patru cărți pe lună. Acele cărți mi-

au conturat viața și cariera în mai bine. Angajează-te să citești lunar doar 10 pagini zilnic și poți citi o carte de 300 de pagini într-o lună. Este un început grozav.

## **Materiale video**

Materialele video reprezintă o altă sursă grozavă de învățare. Uneori îmi place să vizionez un program de instruire în loc să-l ascult pur și simplu. Este unul din motivele pentru care am decis să folosesc materialele video și să mă concentrez pe NetworkMarketingPro.com. Am descoperit că dacă realizez un material video scurt cu informații interesante în fiecare zi, oamenii primesc o valoare uluitoare. Dacă dorești să verifici sutele de materiale video, poți accesa <http://networkmarketingpro.com>. Sunt gratuite.

## **Online**

Internetul a schimbat modul în care învățăm și adunăm informații. Poți profita de tutoriale online, să vizionezi materiale video online, să participi la conferințe de valoare online, sau chiar să vizionezi evenimente „în direct” cu tehnologia de streaming.

## **Evenimentele**

Cea mai bună modalitate pe care o cunosc pentru a asimila cu adevărat informațiile care îți schimbă viața este participarea la evenimentele în direct. După

cum ți-am spus deja, majoritatea schimbărilor mele definitorii au apărut la evenimente. Pe de o parte, întotdeauna există informații folositoare pentru o persoană care ascultă. Pe de altă parte, când elimini toate celelalte aspecte care te distrag în viață, și doar te concentrezi, așa cum faci la un eveniment, ai șansa să asculți cu adevărat. Ambele părți sunt bune.

### **Fii atent la aspectele care te distrag**

Cu toate alegerile care îți sunt disponibile pentru studierea meseriei, acum, mai mult decât oricând, este important să fii atent ce permiți să îți intre în cap. Oamenii vor încerca să îți distragă atenția cu ultimele și grozavele lor inovații și poate fi foarte tentant să sari la toate acele oportunități. Este important să fii concentrat pe o gamă foarte restrânsă de abilități: prospectare, invitație, expunere, finalizare, startul în afacere, monitorizare și promovarea evenimentelor. Asigurați-vă că stăpâniți ACESTE abilități înainte de a începe să adăugați orice altceva pe lista de priorități.

### **Acționează**

Aproape întreg procesul învățării în domeniul vânzărilor în rețea ține de practică. Dacă vrei să înveți cum să vorbești cu oamenii la telefon, atunci vorbește cu mai mulți oameni la telefon. Dacă vrei să înveți cum să faci o prezentare acasă, atunci fă mai multe prezentări acasă. Într-un final îți vei da seama cum se face. Asta nu înseamnă că nu ar trebui să continui să te instruiești teoretic referitor la

succesul în vânzările în rețea, dar nici nu înseamnă că trebuie să aștepti să cunoști toată teoria înainte de a acționa.

O parte din motivele pentru care oamenii evită să acționeze este că le e teamă să nu fie stânjeniți. Dacă vrei să ai succes în domeniul vânzărilor în rețea, este important să înveți să-ți alungi teama. Iată de ce: este foarte dificil să pari că te descurci bine și să devii mai bun în același timp. În loc să-ți fie teamă de modul în care te vei descurca în timp ce înveți și crești, mai degrabă teme-te de lipsa acțiunii și de trăirea vieții doar la o parte din potențial.

Permite-mi să-ți ofer un concept care mi-a servit 20 de ani în zona dezvoltării abilităților. În 1990, împreună cu un prieten căutam un produs grozav în domeniul vânzărilor în rețea. Am călătorit prin țară și ne-am întâlnit cu mulți oameni interesanți. Călătoria noastră ne-a dus la o organizație din Michigan, numită High Scope Educational Research Foundation. Aveau o modalitate progresivă și testată de a ajuta copiii cum să învețe mai eficient.

Metoda High Scope avea mai multe părți, însă cea care m-a impresionat este cea pe care o folosesc și în prezent ”plănuiește - acționează - evaluează”. Iată modul în care compania explică procesul: În procesul ”plănuiește - acționează – evaluează”, copiii își fac planuri, le execută și evaluează ceea ce au făcut. Procedând astfel, copiii învață să ia inițiativă, să rezolve probleme, să lucreze cu alții, și să-și îndeplinească scopurile – jocul lor devine mai plin de semnificație și mai focalizat. Făcând din <plănuiește - acționează - evaluează> o parte importantă pentru succes în rutina zilnică a echipei tale învață cum poți promova creșterea pe baza motivației intrinseci.”

Când am auzit ce spuneau despre folosirea acestui proces ca instrument de învățare pentru copii, singurul lucru care mi-a trecut prin minte a fost cum să-l folosesc pentru mine însumi și pentru oamenii din organizația mea. Chiar dacă lucrurile nu au funcționat în ceea ce privește folosirea produsului High Scope ca un produs în domeniul vânzărilor în rețea, voi fi mereu recunoscător organizației pentru că m-a ajutat pe mine și pe sute de mii de oameni din toată lumea să folosim acest concept pentru a construi o afacere mai bună.

Iată cum am folosit și am învățat conceptul timp de peste 20 de ani:

Alege o abilitate pe care dorești să o dezvolti.

1. Fă un PLAN.
2. Pune planul în PRACTICĂ.
3. EVALUEAZĂ rezultatele pentru a observa ce poți îmbunătăți data viitoare.

Majoritatea oamenilor nu-și fac un plan, ci pur și simplu ACȚIONEAZĂ, și chiar entuziast. Și mai mulți oameni nu își MONITORIZEAZĂ niciodată rezultatele pentru a vedea că pot îmbunătăți. Observi cum se leagă de faptul că nu există experiențe rele și experiențe bune, ci doar experiențe de învățare?

1. Fă-ți un PLAN.
2. Pune planul în PRACTICĂ.
3. EVALUEAZĂ rezultatele, bune sau rele, ca să îmbunătățești data viitoare.
4. Fă-ți un PLAN mai bun.
5. Pune în PRACTICĂ acel plan mai bun.
6. EVALUEAZĂ acele rezultate, bune sau rele, ca să îmbunătățești data viitoare.
7. Nu înceta niciodată să aplici principiul „plănuiește – acționează – evaluează” și în cele din urmă vei deveni expert prin încercări și erori.

Acest mic „secret” al învățării în MLM este unul dintre cele mai puternice pe care le-am împărtășit. A devenit parte din ADN-ul meu. Sper să ți se întâmple și ție același lucru.

## **Predarea**

Te surprinde să afli că predarea este una din cele mai bune modalități de a învăța? Este adevărat. Dacă într-adevăr vrei să stăpânești ceva, învață-i pe alții. Predarea aprinde în mintea ta o scânteie de neegalat.

Cine crezi că primește cele mai multe beneficii din prezentările video zilnice de pe NetworkMarketingPro.com? EU! Trebuie să mă gândesc ce video încarc, trebuie să mă pregătesc și trebuie să prezint mesajul în fiecare zi, așa că mă ajută să



mă păstrez în formă și să fiu în topul profesiei. Lecția pentru fiecare dintre voi ar trebui să fie să găsiți pe cineva căruia să-i predați, chiar dacă aveți doar o persoană în grup. Începeți de acolo, și pe măsură ce grupul vostru crește, căutați din ce în ce mai multe oportunități de a preda. Vei obține cele mai multe beneficii.

### **Asocierile tale<sup>1</sup>**

Aceasta este o altă lecție importantă de la Jim Rohn. El m-a învățat Legea Asocierii, care spune că devii media celor cinci oameni cu care îți petreci majoritatea timpului. Vei gândi în modul în care gândesc și ei, vei acționa în modul în care acționează și ei, vei vorbi cum vorbesc și ei, îți vei câștiga existența cum își câștigă și ei existența. Permite-mi să-ți spun ceva. Această lege este reală. Nu te poți împotrivi.

De-a lungul carierei mele, am făcut trei lucruri cu privire la asocierile mele.

În primul rând, m-am disociat de oamenii care erau toxici pentru viața mea. Nu este o decizie ușoară, dar este una importantă. Unii oameni te vor împiedica să te dezvolti.

În al doilea rând, mi-am limitat asocierile cu oameni negativi sau oameni care nu mă ajutau să mă dezvolt în direcția visurilor mele. Pur și simplu am învățat să petrec mai puțin timp cu acei oameni și mai mult timp cu cei care mă influențează pozitiv.

Și în al treilea rând, am lucrat pentru a-mi extinde asocierile cu oameni care

<sup>1</sup>)Asocierile tale se referă la anturajul tău.

mă pot ajuta să devin o persoană mai bună și un profesionist mai bun. Dacă încerci să înveți să devii expert în profesia vânzărilor în rețea, nu crezi că are sens să găsești o cale de a petrece mai mult timp cu oameni care au deja abilitățile pe care le cauți?

Dacă e un pic prea stresant să te gândești la asta când îi examinezi pe cei cinci oameni cu care îți petreci timpul acum, iată un mic truc: aproape la fiecare șase luni, unul din cei cinci oameni se va schimba. Se va muta, își va găsi un nou loc de muncă, va începe o relație, va termina o relație – ceva se va întâmpla. Secretul este următorul: atunci când se întâmplă asta, când te vei gândi cine îi va lua locul, alege foarte înțelept. Majoritatea oamenilor nu se gândesc deloc la asta. Pur și simplu lasă următoarea persoană să îi ia locul. Aceasta este o greșeală imensă. Găsește pe cineva care te provoacă. Găsește pe cineva care te inspiră.

Sper că ți-au fost utile aceste sugestii referitoare la procesul de învățare pentru a deveni profesionist. Este în regulă să ai vise mărețe, dar este important să ai și răbdare. Orice este valoros necesită timp. Continuă să-ți dezvolti abilitățile. Devino un elev permanent. Aceste abilități îți deschid noi orizonturi pentru tot restul vieții.

Mai e un concept pe care trebuie să-l înțelegi. Am analizat câștigătorii de top din domeniul vânzării în rețea. I-am intervievat și am devenit prieteni. Știi ce au toți în comun? Lucrează DIN GREU. Nu mă înțelege greșit, au un stil de viață grozav și iubesc ceea ce fac, însă lucrează din greu. Dacă vrei succes imens în domeniul vânzărilor în rețea, este important să faci același lucru.

Vânzarea în rețea nu înseamnă noroc, momentul sau locul potrivit, sau găsirea celui „as” care te va îmbogăți. Libertatea este posibilă, însă nu este

gratuită. Va trebui să muncești din greu pentru a rămâne constatat atunci când lumea încearcă să te distragă. Va trebui să muncești din greu pentru a învăța abilitățile necesare pentru succesul pe termen lung. Va trebui să muncești din greu pentru a deveni liderul care ai fost predestinat să fii.

Unii oameni din profesia vânzării în rețea se întristează atunci când își dau seama că trebuie să și muncească. Majoritatea se înscriu pentru un fel de călătorie gratuită. Când experimentează sacrificiile creșterii, fug de rup pământul. Fii diferit! E posibil să fie muncă grea, însă e muncă folositoare și este cea mai bună cale pe care o știu pentru ca o persoană obișnuită să se poată bucura de libertatea adevărată.

# CAPITOLUL 12

## Totul merită<sup>1</sup>

Profesia vânzării în rețea poate fi provocatoare. Este o experiență emoțională. Suișurile și coborâșurile pot fi dramatice. Dar în cele din urmă, din mai multe motive, merită tot efortul.

### Cariera pe care ți-o vei crea

Dacă decizi să devii profesionist în vânzările în rețea, îți vei crea nu doar un venit rezidual, ci și o carieră. Mă gândesc mult la asta. Ia în considerare abilitățile necesare pentru a deveni medic, avocat, directorul general al unei companii mari, sau chiar un muzician de clasă mondială. Vorbim de un nivel ridicat de abilități și de un nivel de venit ridicat și bine meritat.

Acum gândiți-vă la abilitățile necesare pentru a deveni profesioniști în vânzările în rețea. Comparativ, acestea sunt mai puține la număr! Și totuși mulți profesioniști din profesia vânzărilor în rețea se bucură de un nivel mai ridicat de venituri și cu siguranță de un grad mai mare de libertate.

Dacă te uiți la orice carieră, există un obstacol la intrare (cât de greu intri) și un beneficiu pe termen lung (ce obții dacă intri). De exemplu, un doctor trebuie să urmeze 12 ani de școală plus un stagiu de practică. Pentru asta e nevoie de inteligența pe care unii dintre noi nu o au, banii pe care unii dintre noi nu îi au, sau

1) Țelul, Visul, Obiectivul pe care-l poți realiza prin vânzarea în rețea

chiar relațiile pe care unii dintre noi nu le au. La final, reușesc să se bucure de un beneficiu pe termen lung (cu toate că mulți dintre ei ar spune că beneficiul nu a meritat investiția).

Există întotdeauna un raport între obstacolul intrării și beneficiile pe termen lung. Nu mă îndoiesc deloc că dintre toate profesiile din lume, profesia în domeniul vânzărilor în rețea are cel mai bun raport dacă e să comparăm obstacolul mic de intrare și beneficiile majore pe termen lung.

Una din cele mai bune decizii din viața mea a fost aceea de a face carieră în profesia vânzărilor în rețea în loc să pierd vremea. Decizia de a fi profesionist a făcut diferența, iar acum e foarte distractiv să-mi petrec o mare parte a timpului încercând să-i ajut pe alți oameni să facă același lucru.

## **Libertatea de care te vei bucura**

„Libertate” este un cuvânt interesant. Când vine vorba de muncă, sunt de părere că înțelegem conceptul, însă nu tot înțelesul. Pentru mine, libertate înseamnă opțiuni. Înseamnă să trăiesc viața pe care EU vreau să o trăiesc, în locul vieții pe care alții vor să o trăiesc.

Îți amintești ce imaginație aveai când erai copil? Imaginează-ți viața fără limite.

- Te trezești când termini să dormi.
- Faci ceea ce te împlinește / face fericit(ă).
- Lucrezi cu oameni pe care îi plăci.

- Nu trebuie să faci compromisuri tot timpul.
- Lucrezi când simți că vrei să lucrezi și te joci când simți că vrei să te joci.
- Ajungi să petreci foarte mult timp cu oameni care sunt importanți pentru tine.
- Trăiești o viață în stil mare și nu te irosești într-un colț de lume.

Când obții un tablou clar a ceea ce înseamnă libertatea, descoperi că prețul pe care trebuie să-l plătești pentru a o obține în profesia vânzărilor în rețea este foarte mic. Să-ți înfrunți temerile și să trăiești o viață liberă este ușor. Ceea ce e greu e să-ți petreci restul zilelor trăind doar o jumătate din viață.

### **Viețile pe care le vei schimba**

Una e să creezi libertate pentru tine și pentru familia ta și alta e să ajuți pe altcineva să facă același lucru, dar împreună cu el. Sunt atât de mulți oameni care se zbat în această lume. Tu ai abilitatea de a-i ajuta pe oameni să se vadă mai capabili decât sunt. Poți oferi speranță celor fără de speranță. Îi puteți încuraja să-și urmeze visurile. Le puteți oferi inspirația necesară pentru a-și înfrunta și depăși temerile.

Una dintre cele mai mari bucurii a fost să apar în testimonialele altor persoane. Este grozav când auzi că cineva s-a pierdut iar eu am reușit, într-un fel sau altul, să-l ajut să-și găsească calea. Profesia vânzării în rețea îți permite să faci asta la o scară foarte largă. Nu ajuți doar o persoană, ci sute, chiar mii de persoane să trăiască o viață mai bună. Aspectul incitant e că acesta e doar începutul.

Este ca și cum ai arunca o piatră într-un lac. Când lovește apa, vezi cercurile de apă lățindu-se din ce în ce mai mult până când ating fiecare marginea lacului. În profesia vânzărilor în rețea nu vezi toate undele de influență. Poți fi conștient de unda de deasupra unei vieți și probabil de încă una sau două unde de influență asupra altor vieți dar se măresc chiar dacă le vezi sau nu.

De asta fac ceea ce fac. De aceea am scris această carte. Știu că va avea un impact pozitiv asupra oamenilor, iar asta e o piatră aruncată în apă. Însă apoi va avea un impact pozitiv asupra altora, undele vor începe să se formeze, iar acei oameni vor face la fel, și tot așa.

Cu vânzarea în rețea, într-adevăr poți face o diferență.

## **Oamenii pe care îi vei întâlni**

Vânzarea în rețea m-a prezentat celor mai uimitori oameni. Această profesie îți oferă o șansă nu doar să îți extinzi grupul de prieteni, ci să poți să petreci mai mult timp cu aceștia. Niciodată nu vei găsi un grup de antreprenori atât de pasionați în altă profesie. Acești oameni iubesc viața și își petrec timpul ridicându-se unul pe altul. Iată un exemplu despre ceea ce înseamnă pentru mine și ceea ce ar putea însemna pentru tine. Poți numi aleatoriu aproape orice stat din Statele Unite sau orice altă țară din lume, și imediat îmi apare în minte un prieten.

Vânzarea în rețea m-a prezentat de asemenea multora dintre eroii mei. Am fost destul de norocos să împart scena și să devin prieten cu oameni grozavi, inclusiv Anthony Robbins, Brian Tracy, Denis Waitley, Stephen Covey (înainte de moartea sa), Tom Peters, Les Brown, Og Mandino (înainte de moartea sa), David

Bach, Robert Kiyosaki, Harvey Mackay, Art Williams, Ken Blanchard, Tom Rath, Daniel Pink, Mark Victor Hansen, Jack Canfield, Jeffrey Gitomer, Gary Vaynerchuck, Tom Hopkins, și mulți, mulți alții. Pe lângă aceștia, am avut șansa de a învăța de la mai mulți milionari din domeniul vânzării în rețea decât aş putea număra. Toți au avut un impact pozitiv asupra vieții și carierei mele.

Această profesie mi-a oferit de asemenea posibilitatea să o cunosc pe minunata mea soție Marina. Eram în Moscova pentru un training de amploare în domeniul vânzării în rețea, iar ea participa la acel eveniment împreună cu familia sa. Deoarece cunoștea mai multe limbi, ajuta la traducerile din culise. Am rămas trăsnit. Prima noastră întâlnire a fost în Piața Roșie, la miezul nopții după eveniment, în timp ce fulgii de nea cădeau ușor în jurul nostru. Nu voi uita niciodată. De atunci suntem împreună. Nu spun că îți vei găsi dragostea vieții tale în profesia vânzării în rețea, însă **SUBLINIEZ** că vei găsi prietenii care vor ține o viață întreagă.

## **Locurile pe care le vei vedea**

Dacă îți construiești o afacere mare și de succes în domeniul vânzărilor în rețea, ceva se va întâmpla. În primul rând, vei câștiga câteva călătorii care vor fi călătoriile vieții tale. În al doilea rând, va trebui să-ți sprijini organizația pe măsură ce se extinde pe fiecare teritoriu sau țară unde își desfășoară activitatea compania ta. Și în al treilea rând, vei avea destui bani și destul timp pentru a merge oriunde dorești.



Se spune că viața se măsoară în numărul și intensitatea experiențelor pe care le-ai avut. Dacă e așa, am trăit deja o viață foarte lungă. Am fost în fiecare stat din Statele Unite, exceptând Alaska, și remediez asta curând. De asemenea, am fost în aproape 40 de țări de pe glob. Am făcut scufundări la Marea Barieră de Corali din Australia, am făcut turul Catedralei Sfânta Sofia din Istanbul, am vizitat turnurile gemene din Malaezia, am vâslit în jurul insulei James Bond pe coasta Tailandei, am vizitat orașele-cort din Nigeria, m-am dat în uriașa Roată Ferris din portul Singapore, am făcut un tur privat al Casei Albe, am văzut răsăritul în ziua de Anul Nou la Marele Canion, am savurat masa cu 30 de feluri de mâncare la El Bulli din Spania, care e faimos în toată lumea, am făcut o croazieră prin canalele Amsterdam, am călătorit cu balonul cu aer cald peste Munții Stâncoși, am închiriat un vas complet de croazieră pentru 2.000 dintre prietenii mei ca să mergem în Bahamas, am luat cina sub cerul înstelat de pe acoperișul Hotelului de Paris din Monaco, mi-am vizitat patrimoniul în Norvegia, am navigat pe Marea Neagră pe coasta din Ucraina, m-am spovedit la uimitoarea Capelă Sixtină din Roma, am jucat golf la St. Andrews în Scoția, am văzut un meci de Cupă Mondială în Irlanda, și m-am rugat la Zidul Plângerii în Ierusalim.

TOATE acestea și încă multe altele au devenit posibile deoarece am îmbrățișat grozava profesie în domeniul vânzării în rețea. Același lucru ți se poate întâmpla și ție.

## **Cauzele la care poți contribui**

Există o mulțime de cauze care merită. E posibil să dorești să oferi ceva părinților sau cuiva din familie, sau unei organizații care înseamnă ceva pentru

tine. În 2011, l-am întrebat pe Harvey Mackay, un autor foarte bine vândut, precum și un om de afaceri de mare succes și activist comunitar, care este secretul succesului său. Mi-a spus o poveste.

„Eric, după ce am absolvit Universitatea din Minnesota la vârsta de 21 de ani, tatăl meu m-a invitat la o discuție. Eram un pic îngâmfat, hotărât să cuceresc lumea, nu-mi stătea nimic în cale, dornic să urc tot mai sus. Tatăl meu a zis: <Harvey, începând de acum, 25 de procente, un sfert din viața ta, va fi dedicată voluntariatului.> Pe atunci nu știam ce înseamnă, și am început să mă ofer voluntar pentru orice. Boli cardiace, cancer, *United Way*, *Boy Scouts*, *March of Dimes*, *Salvation Army*, orice. Permite-mi să-ți spun cum m-a schimbat pentru totdeauna acea experiență. Dat fiind faptul că eram în toate acele comisii și implicat în toate acele acte de caritate, am devenit un comunicator mai bun. Am devenit un lider mai bun. Am devenit un vânzător mai bun, deoarece tot ceea ce făceam era să strâng fonduri pentru mai mult de 20 de comisii în care am fost implicat. Am devenit un manager de vânzări mai bun. Puteți să vă imaginați cât de mulți oameni noi am întâlnit în timp ce eram doar un voluntar? Rețeaua mea a crescut în mod uluitor.

Însă cel mai important lucru care mi s-a întâmplat a fost să-mi dau seama că sunt un cetățean al acestei lumi. Să știi că ai ajutat o altă ființă umană și să poți să vezi rezultatele – este un sentiment incredibil. Îi sunt foarte recunoscător tatălui meu, deoarece sfatul său mi-a schimbat viața.”

Acest interviu MI-a schimbat viața, deoarece a avut un impact asupra gândirii mele referitor la contribuție. Aveam părerea că totdeauna există o singură

cale de a ajuta o cauză demnă, și anume cu banii tăi. Însă după conversația cu Harvey, mi-am dat seama că există trei modalități de a ajuta.

În primul rând: cu banii tăi. Bineînțeles că poți scrie un cec, iar asta e extraordinar. Profesia vânzării în rețea îți poate permite să scrii cecuri mai mari decât ți-ai fi putut imagina înainte.

În al doilea rând: cu timpul tău. Așa cum spunea Harvey, îți poți dedica o parte din viața ta cauzelor care sunt importante pentru tine. El a ales 25 de procente. Poți alege orice dorești, însă important este să alegi. Și când mă refer la timp, nu vreau să spun doar să te oferi voluntar câteva ore când și când la un adăpost sau ceva de genul. Ceea ce vreau să spun este să-ți dedici timp gândirii creative, creșterii gradului de conștientizare și strângerii de fonduri.

În al treilea rând, probabil cel mai important: dedică-ți timpul necesar pentru cauza susținută și investește-ți toată influența. Inspiră-ți organizația să facă împreună cu tine ceva grozav. Încurajează-ți compania să se implice. Fii pârghia eforturilor rețelei tale pentru a face lucruri mărețe. Ești puternic(ă), și mai mult de atât datorită implicării tale în domeniul vânzărilor în rețea. Folosește această influență pentru a face bine. Îți va schimba viața în ceva mai bun.

### **Persoana care vei deveni în timpul procesului**

Profesia vânzărilor în rețea mi-a schimbat viața pentru mai bine deoarece m-a forțat să devin o persoană mai bună. Ca și profesie, intermediem produse și servicii clienților care le doresc, însă scopul nostru real este mult mai profund.

În esență, această profesie este un incubator pentru dezvoltarea personală.

- Vei învăța cum să-ți înfrunți temerile.
- Vei învăța cum să rezolvi probleme.
- Vei învăța cum să-ți hrănești mintea cu pozitivism și cum să-ți protejezi mintea de negativism.
- Vei învăța cum să crești mai puternic.
- Vei învăța cum să conduci.

Când am luat startul în această profesie, făceam aproape totul cu frică. Îmi era teamă că nu voi reuși. Îmi era teamă că voi rămâne fără prospecti. Îmi era teamă că ratez oportunitatea. Însă cu timpul, teama a dispărut. Am decis să fiu concentrat pe mine însumi și pe abilitățile mele, în locul tuturor aspectelor pe care nu le puteam controla, și apoi totul a devenit clar. Am învățat adevăratul secret al profesiei vânzărilor în rețea.

Cel mai mare beneficiu nu este cel de a obține ceea ce dorești. Cel mai mare beneficiu este ceea ce trebuie să devii pe parcursul obținerii a ceea ce îți dorești. Am învățat ceea ce a existat întotdeauna și ceea ce a fost transmis din generație în generație. Călătoria este totul.

Vă mulțumesc că ați participat în această călătorie cu mine. Permiteți-mi să închei prin a vă împărtăși ceea ce spun la finalul fiecărui material video de pe Network Marketing Pro.

Doamnelor și domnilor, dorința mea pentru voi este să decideți să deveniți profesioniștii vânzărilor în rețea – decideți să acționați profesionist – deoarece este un fapt dovedit că avem *o cale mai bună*. Acum haideți să spunem lumii întregi.

## Despre autor

Eric Worre este lider în domeniul vânzărilor în rețea de peste 25 de ani. De-a lungul carierei sale prestigioase în calitate de producător de top în profesia vânzărilor în rețea, el a:

- A câștigat peste 15 milioane \$.
- A construit organizații de vânzări care însumează peste 500.000 de distribuitori din peste 60 de țări.
- A lucrat ca președinte al unei companii de vânzări directe care valorează 200 milioane \$.
- A co-fondat și a lucrat ca președinte al propriei sale companii, TPN – The Peoples Network
- A lucrat ca și consultant de marketing al profesiei vânzărilor directe, ce câștigă un venit anual de șapte cifre.

De-a lungul timpului, Eric a devenit în mod deliberat un instructor împlinit, și a condus evenimente în direct cu mai mult de 250.000 de oameni din toată lumea, învățându-i cum pot să devină și ei profesioniști în profesia vânzărilor în rețea. A împărțit scena cu Anthony Robbins, Jim Rohn (înainte de moartea sa), Brian Tracy, Denis Waitley, Stephen Covey (înainte de moartea sa), Tom Peters, Les Brown, Og Mandino (înainte de moartea sa), David Bach, Robert Kiyosaki, Harvey Mackay, Art Williams, Ken Blanchard, Tom Rath, Daniel Pink, Mark Victor Hansen, Jack Canfield, Jeffrey Gitomer, Tom Hopkins, și mulți alții.

În 2009, Eric a înființat NetworkMarketingPro.com, cel mai vizionat site de instruire din profesia vânzărilor în rețea, cu audiență în 137 de țări de pe glob. Încă de la începuturile sale, Network Marketing Pro a oferit sute de materiale video de instruire, conținând zeci de interviuri cu cei mai emblematici și mai de succes distribuitori din lume, și cele mai puternice evenimente de instruire din profesia vânzărilor în rețea.

El își încheie fiecare dintre materialele sale video cu afirmația sa care e marcă înregistrată: „Doamnelor și domnilor, dorința mea pentru voi este să deveniți profesioniștii vânzărilor în rețea – decideți să acționați profesionist – deoarece este un fapt dovedit că avem *o cale mai bună*. Acum haideți să spunem lumii întregi.”

### **Conectați-vă cu Eric:**

[www.networkmarketingpro.com](http://www.networkmarketingpro.com)

[www.facebook.com/NMPRO](http://www.facebook.com/NMPRO)

[www.twitter.com/EricWorre](http://www.twitter.com/EricWorre)

# Acționează profesionist

**Eric Worre**

## **7 pași pentru a deveni profesionistul vânzărilor în rețea**

Cu peste 20 de ani în urmă, la un seminar al companiei, Eric Worre a avut o revelație care i-a schimbat viața pentru totdeauna. La acel eveniment a luat decizia de a fi profesionist și de a deveni expert în domeniul vânzărilor în rețea. De atunci, s-a concentrat pe dezvoltarea abilităților pentru a face asta. Procedând astfel, Eric a atins și a fost atins de sute de mii de oameni din toată lumea. Acum își împărtășește înțelepciunea într-un ghid care îți va aprinde pasiunea pentru această profesie și te va ajuta să iei decizia de a fi profesionist și de a-ți crea viața visurilor tale.

În acest ghid definitiv, vei învăța:

- PROSPECTAREA
- INVITAȚIA
- EXPUNEREA
- FOLLOW-UP-UL
- FINALIZAREA
- STARTUL ÎN AFACERE
- PROMOVAREA EVENIMENTELOR

Și multe, multe altele.

Dorința lui Eric pentru tine este să decizi să fii profesionistul vânzărilor în rețea — pentru a deveni cu adevărat profesionist. Deoarece există un fapt dovedit că vânzarea în rețea este *o cale mai bună*. Acum haideți să spunem lumii întregi.”

Network Marketing Pro <sup>TM</sup>

[www.networkmarketingpro.com](http://www.networkmarketingpro.com)